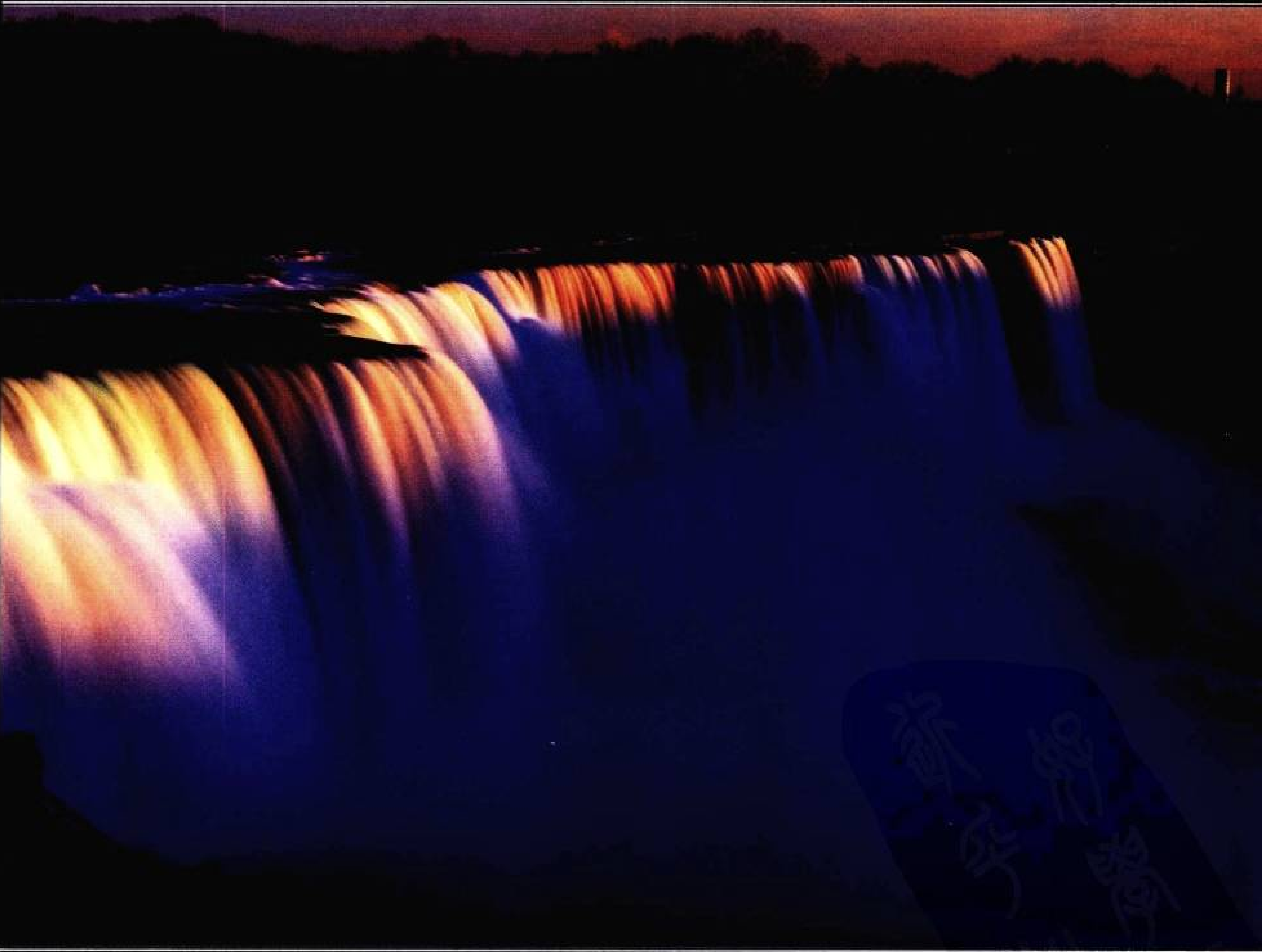
把你的照片换成钱

——图片库摄影师的生存之道

[美] 陈小波　著



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

把你的照片换成钱

——图片库摄影师的生存之道

［美］陈小波　著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目（CIP）数据

把你的照片换成钱：图片库摄影师的生存之道/（美）陈小波著. —北京：人民邮电出版社，2008.11（2009.1 重印）
ISBN 978-7-115-18753-6

Ⅰ. 把… Ⅱ. 陈… Ⅲ. 照片—市场营销学 Ⅳ. F768.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2008）第 134888 号

把你的照片换成钱——图片库摄影师的生存之道

◆ 著　　　[美] 陈小波
　责任编辑　王　琳

◆ 人民邮电出版社出版发行　北京市崇文区夕照寺街 14 号
　邮编　100061　电子函件　315@ptpress.com.cn
　网址　http://www.ptpress.com.cn
　北京盛通印刷股份有限公司印刷

◆ 开本：787×1092　1/16
　印张：12.5
　字数：249 千字　　2008 年 11 月第 1 版
　印数：4 001 – 6 000 册　　2009 年 1 月北京第 2 次印刷

ISBN 978-7-115-18753-6/J

定价：68.00 元

读者服务热线：(010)67132705　印装质量热线：(010)67129223
反盗版热线：(010)67171154

Contents

目 录

图片库摄影师的生存之道 i

第一章 关于图片库 001

1.1 商业图片库 006

1.1.1 关于RM和RF 007

1.1.2 图片价格 008

1.2 新闻编辑类图片库 010

1.3 网络图片库 016

1.4 微利图片库 018

1.5 为什么选择图片库 020

第二章 图片库摄影之主题 023

2.1 广告和商业类图片 024

2.1.1 商业类 024

2.1.2 创意概念性 029

2.1.3 生活形式图片 032

2.1.4 体育与休闲 037

2.1.5 旅游风光 040

2.1.6 学校与教育 044

2.1.7 时尚 046

2.1.8 工业题材 048

2.1.9 食品 050

2.1.10 抽象与背景 052

2.2 编辑类图片 059

2.3 什么是好的图片库照片 062

2.4 什么主题的照片卖钱 066

2.5 图片的使用趋势 072

第三章 怎样成为图片库摄影师 078

3.1 成为图片库摄影师的关键 078

3.2 如何拍好图片库的照片 086

3.3 如何编辑你的图片 095
3.4 成功的图片库摄影师 100

第四章 摄影器材与后期的工作 114
4.1 相机 114
4.2 胶片与数码 116
4.3 相机镜头 119
4.4 灯光、滤色镜和其他附件 121
4.5 图片的后期处理 128
4.6 为图片写说明和关键词 131

第五章 怎样进入图片库 134
5.1 摄影师的自身定位 135
5.2 怎样进入图片公司 141
5.3 选择图片代理商 145

第六章 通过网络销售自己的图片 154
6.1 建立自己的图片网站 155
6.2 如何推销自己 158
6.3 面对新媒体 160

附录 A 来自时代图片库的话 162
附录 B 肖像权许可协议书 166
附录 C 图片代理协议书 168
附录 D 国外图片库 170
附录 E 中国商业图片库 173
附录 F 专业摄影组织 175
附录 G 图片库摄影的专业网站 177

内容提要

图片库摄影，对于许多业余甚至是专业摄影师来说可能还是很陌生的，由于各种各样的原因，中国摄影师对这类摄影了解甚少，而只有那些了解图片库摄影而又懂得市场的摄影师才能真正从中受益。本书正是针对这样的现实情况而编写的。

本书作者根据多年图片库摄影工作经验，详细介绍了图片库的发展历史、图片库的摄影主题、图片库的摄影器材等，并从多个方面阐述了如何成为图片库摄影师，怎样进入图片库市场和通过网络销售图片等。

本书适合所有希望通过图片库实现摄影作品销售目的的专业摄影师和摄影爱好者。

专家推荐

“相信这本书会对国内的摄影界产生巨大的影响，我认为它值得摆放在每一位摄影师的书架上。”

—— 中国摄影家协会副主席　朱宪民

“这是一本为立志做自由摄影师的朋友写的书。它不是告诉你如何拍照片，而是告诉你如何拍摄能够进入市场的作品。没有买家，自由摄影师将寸步难行；反之就会如鱼得水。作者陈小波曾赴美攻读摄影硕士，并有16年的海外实践。我相信，以谙熟的图片商业理念和市场运作体会，他所奉献的这本潜心之作，一定能成为很多人的良师益友。”

——中国新闻摄影学会副会长　贺延光

“一本价值无可估量的书，它能够启发图片库摄影师去认真的思考和分析市场。”

—— 著名风光摄影家　李少白

“中国的图片库与国外最大的差距是内容生产。中国不缺‘摄影家’，但是缺靠摄影或图片养活自己的职业图片库摄影师。陈小波是我所认识的为数不多的对国内外图片库市场最为熟悉的中国摄影师之一，用他的亲身实践来揭示如何用图片换钱，很有价值。虽然，我从事图片库行业也整整8年了，但是阅读此书还是受益非浅。”

—— CFP视觉中国总裁　柴继军

“陈小波为中国图片库这个新兴的古老行当增添了一本实用的、应该放在办公台前的工具书。”

—— 新华社特稿社图片编辑　曾璜

《天坛》1986（上图）

这张广为熟悉的天坛的照片，是1985年我出国之前拍摄的。两年前我把它投放到一家中国的图片公司，到目前为止它已经被出租了几十次，我已收入几万元。

每一张投入到图片库的照片都需要时间来验证它是否是一张畅销的图片，在第一年里，这张图片只销售过两次，但是随着时间的推移，它的销售不断增长。

摄影师：陈小波

摄影数据：玛米亚RB67，50mm镜头，F16，1/125秒，富士Velvia，加偏振镜

谨以此书献给那些想以图片库摄影为职业的朋友们，
愿你们都能从本书中得到启示，让本书可以成
为你们摄影生涯里的最好伴侣……

成为图片库摄影师的关键

作为一名图片库摄影师，除了要掌握娴熟的摄影技术外，
更重要的是要有敏锐的观察力和对市场的把握。

《阳光下的曼哈顿》1996（上图）

一张好的图片库的照片，不一定是一幅摄影艺术作品，它不以追求光影效果为目的，但一定要表现出照片的内容。这张照片拍摄于一个夏天的上午10点，它很好地表现了现代大都市的生活，无论是作为插图还是广告都很具有代表性。在“9·11”之前，这张照片在图片库里卖得还是不错的，但是“9·11”后，这张图片的销售情况就越来越差了，因为这个地标性的建筑已经不存在了。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫V型4×5相机，65mm镜头，光圈 F16，1/15秒，富士Velvia 50反转片，加偏振镜

前 言

这是一个大变革的时代，这是一个数字化的时期，数码摄影、网络革命带给新一代的摄影师无数的机会。它打破了垄断，给年轻的摄影师带来了平等。只要你有一台数码相机，有一台电脑，又能上网，你就能用你的照片来挣钱。你不必是摄影界的大腕，不必是摄影家协会的成员，你也不必花几十年修炼成为摄影名人，花大把的银子来为自己做广告。只要你仔细地研究市场，知道谁是买家，你就成功了一半。

20世纪八九十年代，在中国，一个摄影师要想发表一张照片是十分困难的，他要把自己满意的照片花钱放大，为了防止照片丢失，再花一笔钱把照片用挂号信寄出去；或者他要亲自跑到编辑部或者报社去送照片，这样也不能保证他的照片会被采用。即使照片被采用了，他拍照片的投资可能已经远远超过了他的稿费。除非他是一个专业摄影师，不必自己掏腰包去拍照片；或者他是一个非常著名的摄影师，只要坐在家里就有人打电话或者上门来向他要照片。

时代在变化，照相机的全自动功能使得摄影的门槛越来越低，那些具有摄影天赋且勤劳刻苦的摄影师，可以成为发行照片的老大，那些既懂摄影技术又懂得挖掘市场的摄影师在经济收益上已经远远超过了那些老一代的大师们。新媒体、网络、电子商务、光盘，这些新兴产业的出现，使得图片的使用发生了巨大的变化。朋友们，你不认为你也可以踏入这一行吗?

图片产业中可能有一个行业对于许多业余甚至是专业摄影师来说还是很陌生的，那就是图片库摄影。由于各种各样的原因，中国摄影师对此了解甚少，有的人对它惧怕如虎，有的人虽说参与其中，但是由于不懂市场，也收益平平。他们得出一个结论：图片库摄影是没有前途的。而我在多年的实践中深深地感受到，只有那些真正了解图片库摄影而又懂得市场的摄影师才会真正从中受益。

图片库最早起源于20世纪初的西方国家，到现在也有八九十年的历史了。

而中国最早的图片库是在1993年成立的，到今天也有十几年的历史了。由于种种原因，它们没有在中国形成一种气候，真正存活下来的不过两三家。随着摄影的革命、数码进入摄影领域、读图时代的降临，市场对图片的需求越来越大。近几年来各种图片库如雨后春笋般地出现在国内，大大小小也有几十家了，不少人认为这是一个暴利的行业，产品（照片）的来源不成问题，还不用花钱购买，照片出租后才付钱，而且还是3个月后，摄影师和图片库的分成是50%对50%，或者是40%对60%（图片库拿60%）。你只要租用几台服务器，把照片放在网上展示在图片编辑和艺术总监眼前就可以了。

当然这对于摄影师无疑也是好事。我们各级的摄影家协会会员早已经超过数千人，加上摄影

爱好者，保守地估计恐怕也有几百万人了，但是这其中到底有多少人是依靠手中的相机在挣钱吃饭呢？又有多少人可以把自己手中的照片换成钱来支持自己的摄影爱好？他们花费了大把的银子来购买相机、镜头及其他的摄影器材，除了他们的爱好之外，我相信大多数人即使不能靠摄影来养家糊口，但还是希望把自己的投资挣回来吧。

这几年来，各种摄影网站层出不穷，有些网站号称有着几万会员，网站里的照片也有几十万张了。这相当于国外一个中型图片库里的照片。在那里你可以看到不少精美的照片。对于这些照片我们怎样才能利用起来呢？它们是否可以拿到市场上去？他们是否可以给摄影师带来实质上的好处？我的答案是：**可以**。

当今各种各样的摄影节在全国各地不断兴起，这种摄影节确实促进了中国摄影事业的发展，并且给一些摄影师提供了出头露面的好机会，也给一些摄影师带来了经济上的好处，但是对于大多数摄影人来说，他们并没有富裕起来。

改革开放以来，各行各业都在迅猛地发展，物质生活达到极大的丰富，供给关系早已改变，供过于求的现象在各行各业都普遍存在，而在摄影行业中却显得完全不一样。一方面是摄影师嚷着照片没有出路，另一方面却是图片编辑和艺术总监为自己的报纸、杂志、广告宣传找不到合适的图片。问题出在哪里？毫无疑问是流通环节没有做好。当这个流通的环节正在搭建的时候，我们的摄影师却拿不出市场需要的照片来。时至今日，他们的思维还停留在怎样拍出在摄影杂志上能发表的作品，研究着如何拍出能在摄影比赛中得奖的大作。殊不知在商业社会中，一切都由市场决定，而不仅仅凭自己的喜好来赢得公众的认可。

对于我来说，摄影总是有着两个标准：**能发表、能得奖的作品和能在市场上畅销的图片。即，好的照片和好的市场畅销照片是两个不同的概念。**20世纪80年代的摄影人总是喜欢把摄影当做艺术来看待。不论是哪类摄影总是愿意把它冠以艺术的头衔，而忘记了它的应用功能。这点从现在的摄影教育里也可以看出。在美国摸爬滚打十多年后，我对摄影有了一个崭新的认识：无论是职业摄影师，还是摄影爱好者，如果你想让你拍摄的图片创造出财富，那就让市场来检验它吧。在这里没有评委们的喜好，没有暗箱操作，也没有编辑的关系。这里只有一个标准，那就是市场。

对于一个严肃的摄影师来说，要想将自己的图片推入市场，他就需要了解市场，分析市场，研究市场，找到市场的规律。在商业市场中，一个好的摄影师并不一定要拍出什么得奖的作品，什么发表的图片。但是他必须要懂得什么是社会需要的图片，什么是市场上畅销的图片。他要问问自己，为什么一张看上去构图、用光都很一般的照片却无数次地被卖出去，而自己在摄影比赛中拿了大奖的作品却一次也卖不掉？

《远眺曼哈顿中城》1996（上图）

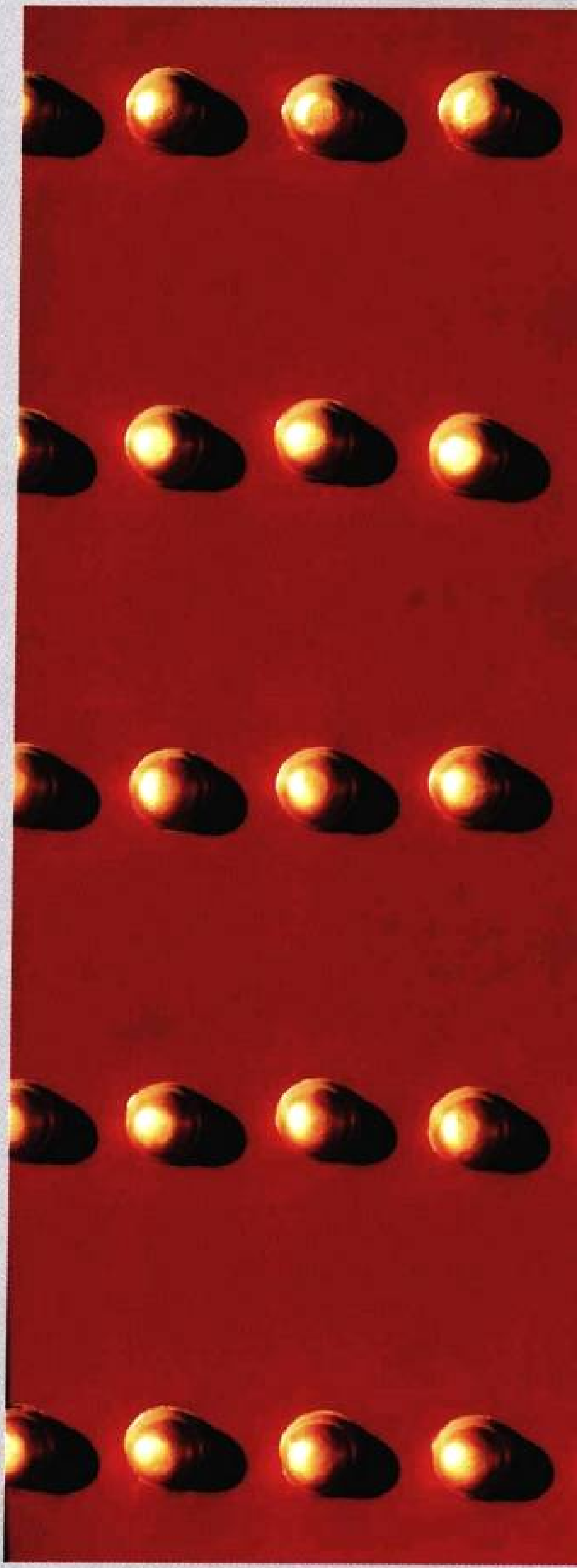
一个夏日的傍晚，一场暴雨刚刚过去，夜幕开始降临的曼哈顿城中，灯光已经点亮，空气中没有一丝的风，天空中的乌云与哈德逊河水的蓝色融为一体。暖色调和冷色调此时形成了强烈的对比。

为了使曼哈顿的高楼大厦出现轮廓，拍摄是在天空快黑之前完成的。长时间曝光是为了让水面上的船只能划出亮线，一张非常好的城市风光照片，它是否可以畅销与它放入的图片库也有很大的关系。这张图片如果是放在美国或者欧洲的图片库里可能就是一张畅销的图片，如果放在中国的图片库里也许就很少有人租用它。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫V型 4×5相机，150mm镜头，光圈 F22，曝光2分钟，富士Velvia 50反转片

图片编辑和艺术总监们感兴趣的图片并不一定是拿过大奖、发表过的作品。他们可能对你的照片赞不绝口、称赞有加、非常喜欢，但是他们决不买你的照片，因为市场不需要这样的照片，他们的杂志、报纸不需要，他们的广告也用不着你的照片。



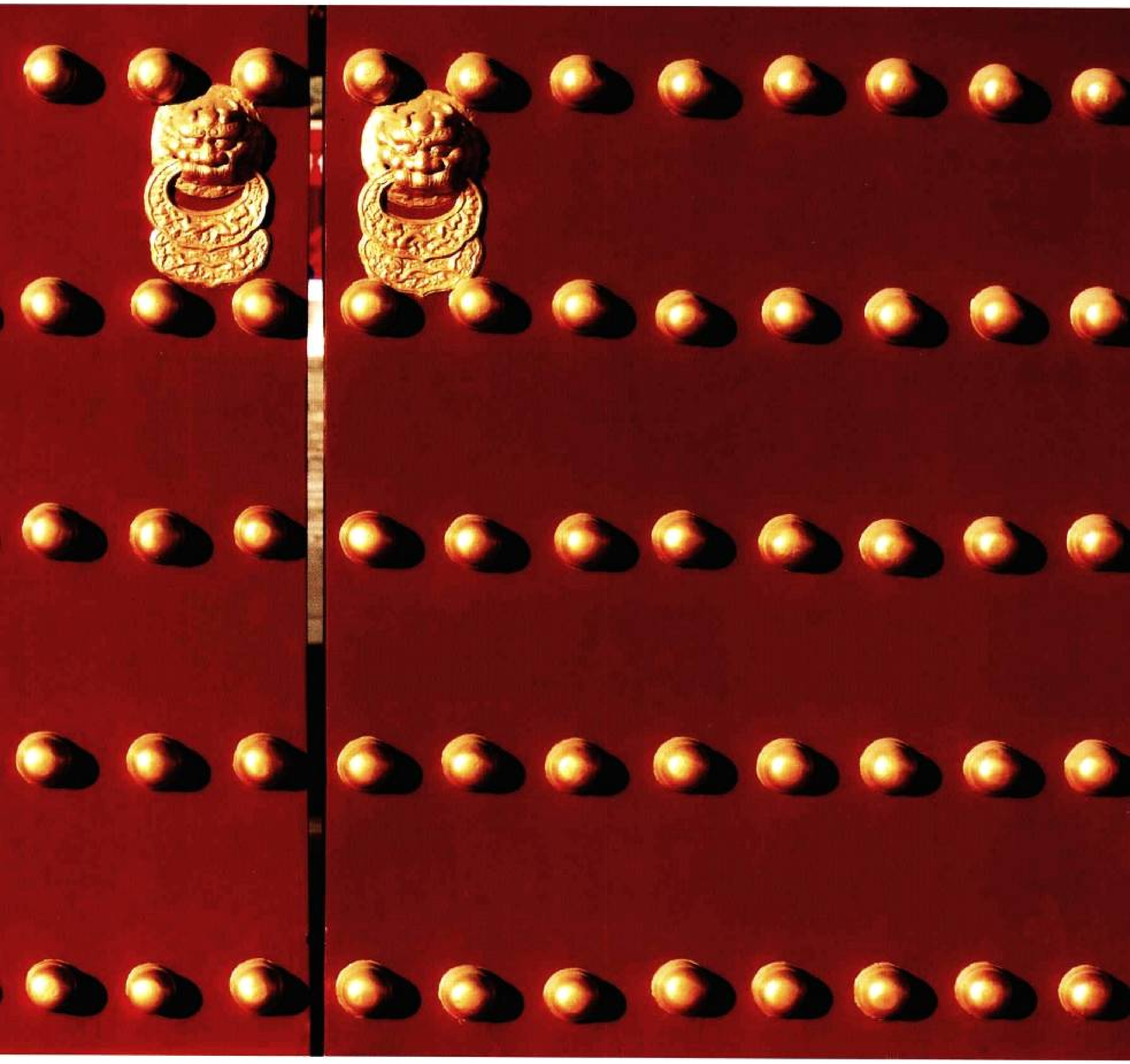
其实人与人之间智商的差别也许不会超出20%，你的成功与否取决于你付出的多少。真正成功的摄影师除了有高超的摄影技术外，还懂得怎样工作，他们不断地学习，而且坚韧不拔。他们研究市场，并不断地挖掘市场，因此他们成功了。

在当今社会中，任何事情只有普及才有提高，只有竞争才能进步。

由于相机功能的不断改善，拍照的成功率越来越高，摄影的门槛也就越来越低。我们可以看到摄影的普及在中国乃至全世界越来越广泛，一张张受市场欢迎的照片可能就在你的身边，但是由于你自己缺少市场的意识，却放过了这一拍摄的时机。随着市场意识的不断提升，竞争意识就会连带你的摄影技术不断地提高，你的照片就能源源不断地卖出去。

我与国内外的各种图片库打交道也有十多年了。这些年来，尽管不是作为一个职业的图片库摄影师在为图片库拍摄（我在美国主要是拍摄广告，而在中国主要在大学里教授摄影，为图片库拍摄只是个人摄影生活中的一部分），但是由于比较关注图片库摄影，因此积累了许多这方面的经验。曾打过交道的图片库可以说是遍布世界各地：美国、英国、德国、日本、阿根廷和印度等。回国后，从2005年开始同中国的商业图片库和网络图片库有过一些合作，对于其中的运作也有一定的了解。

写此书的目的主要是想把我自己的一些经验和教训与那些想进入图片库摄影的朋友们分享一下，让那些想进入这一行却犹豫不决的摄影师们真正了解图片库摄影。看完本书后，相信你也会用你的照片赚钱了。



《宫门》1994（上图）

皇家古老的宫殿大门，具有中国特有的传统，鲜艳的色彩象征着帝王至高无上的地位。这是一张典型的具有中国特色的照片，一看就知道这是来自中国，或者说是来自东方。

这种图片有它的代表性。客户在寻找中国元素的图片时很可能就会选择它。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，RAW格式拍摄

VI

《纽约下城的金融区》2002（左图）

这是一张表现美国纽约繁忙都市的照片，夜幕即将降临，高楼大厦都已经是灯火通明，高速公路上车水马龙，车灯划出的一条条光线把人们带入了这座不夜城。

拍摄是在曼哈顿大桥上进行的。拍摄之前我到实地进行了考察，发现拍摄的最好时间是傍晚6点左右，而那时正是下班时间，地铁、重型卡车和巴士在桥上不停地来回穿梭，这些交通工具使大桥产生了巨大的振动。特别是地铁通过大桥时，桥身的抖动是非常明显的。但是很快我就发现地铁通过大桥是有规律的，每3分钟一趟。

为了表现纽约市的繁忙，我决定使用长时间曝光，让车灯在照片上划出一条条光线，以突显出纽约大都会的特点。我使用了三脚架，并在两辆地铁的穿梭中完成了曝光。其实一张好的夜景照片真正可以拍摄的时间每天只有那么十几分钟，那就是在太阳下山后，夜幕完全黑之前。

拍出的照片令人非常满意，无论是色彩、构图，还是曝光都达到我预期的想象。照片后来发表在国内外的一些摄影杂志和刊物上，也出现在我的文章中。但是这张图片放到一家中国图片公司中却一次也没有出售过，只是在几家美国公司做的台历、挂历、宣传册中被使用过。

你们可以从中悟出什么吗?

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，28mm镜头，光圈 F16，速度 20秒，富士Velvia反转片

图片库摄影师的生存之道

作为摄影师来说，每一个人都喜欢拍摄照片，但是如果你仅仅是拍摄一些带有个性和自认为有艺术效果的照片，那你就很难成为一位职业摄影师，因为你的照片可能不被社会接受，或者只是被很小的一部分人接受。如果你是在按照摄影杂志和摄影报纸上发表的照片在学习摄影的话，那就离你成为一位职业摄影师还很远，因为这些报纸杂志只能给你一些技术上的指导，可以帮助你发表你的作品，可以指导你如何得奖，但是却不能告诉你如何成为一个职业摄影师，不能让你把摄影作为一门职业去获取固定的收入。

如果想成为一位职业摄影师，你就要被市场接纳，因为这是一个商业行为，同时也是一门生意。摄影如同其他艺术门类一样，它是创造艺术的一种手段，但同时也是一种技术，如果你仅仅是一个爱好者，你不必考虑它是否能给你带来经济效益。但是一旦你把它作为谋生的手段，那它就不是一种创造艺术的工具而是你赖以为生的技能。你要想在这一行业里生存下去，你就必须知道并应用这一行业里的原则，发展和改善你的市场策略，调整和制定你的价格，提高你的摄影技术以使你的业务能有效地运转。

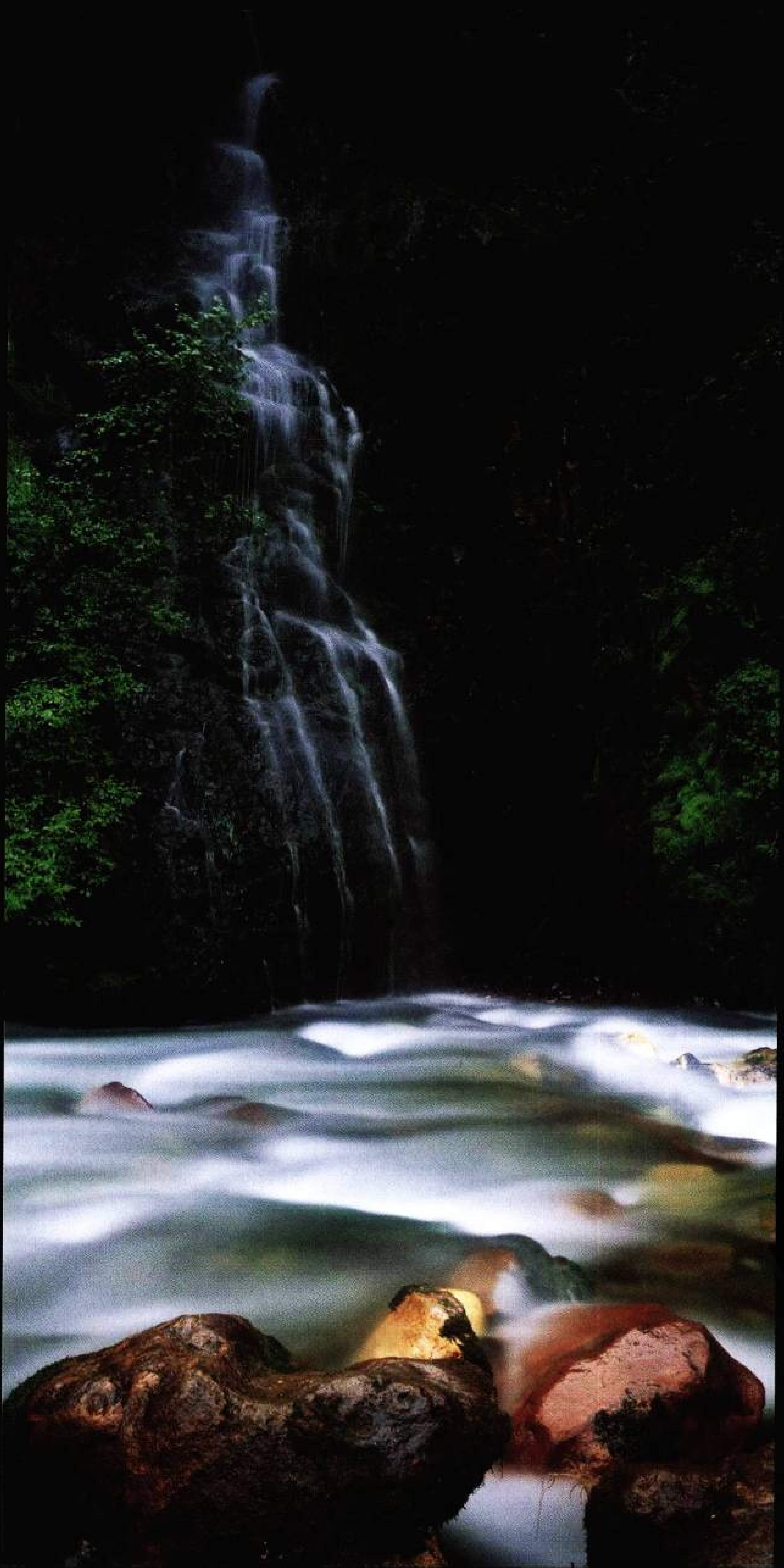
无论你从事何种摄影，我们大概都能把它分为两类：Assignment Photography和Stock Photography。即，受客户委托的摄影和图片库摄影。受客户委托而拍摄的范围是非常广泛的，包括报纸杂志、广告公司、出版社以及其他类型的公司委托你为他们拍摄照片，这类工作也包括婚纱影楼的拍照和人像写真照片，甚至是私人的委托拍摄。拍摄这类照片，你不用考虑照片的市场问题，你所考虑的就是如何报价和把照片拍好，因为照片在拍摄之前就已经有了买家。

图片库摄影是早已存在的摄影门类，它与接受客户委托摄影的最大不同就是摄影师在拍摄之前并不能确定他的照片是否可以给他带来经济效益。他们按照市场的需求来拍摄照片；他们研究市场，看市场上什么题材的照片是受欢迎的，什么主题的照片是市场需要的；他们制定自己的拍摄计划，拍摄时间；他们可以把自己的喜好和摄影很好地结合起来，自由地安排自己的时间，把自己的工作和兴趣很好地结合在一起，这就是我们所说的自由职业摄影师，也是许多人羡慕的生活。

但是真正的生活会是如此吗？根据美国图片代理协会对200名图片库摄影师的抽样调查，在2003年有30%的摄影师年收入在10万美元以上，最高的是50万美元，但是也有摄影师从图片库里的收入不足3万美元，为什么会有这么大的区别？这由以下3个因素决定：

1. 摄影师对市场的了解；
2. 摄影师的拍摄风格；
3. 摄影师在拍摄上的投入多少（即，摄影师在图片库里有多少张图片）。

一个成功的图片库摄影师应该是那种对图片市场很关心又有深刻了解，本人的摄影风格为大多数图片买家接受，同时是非常勤奋的人。

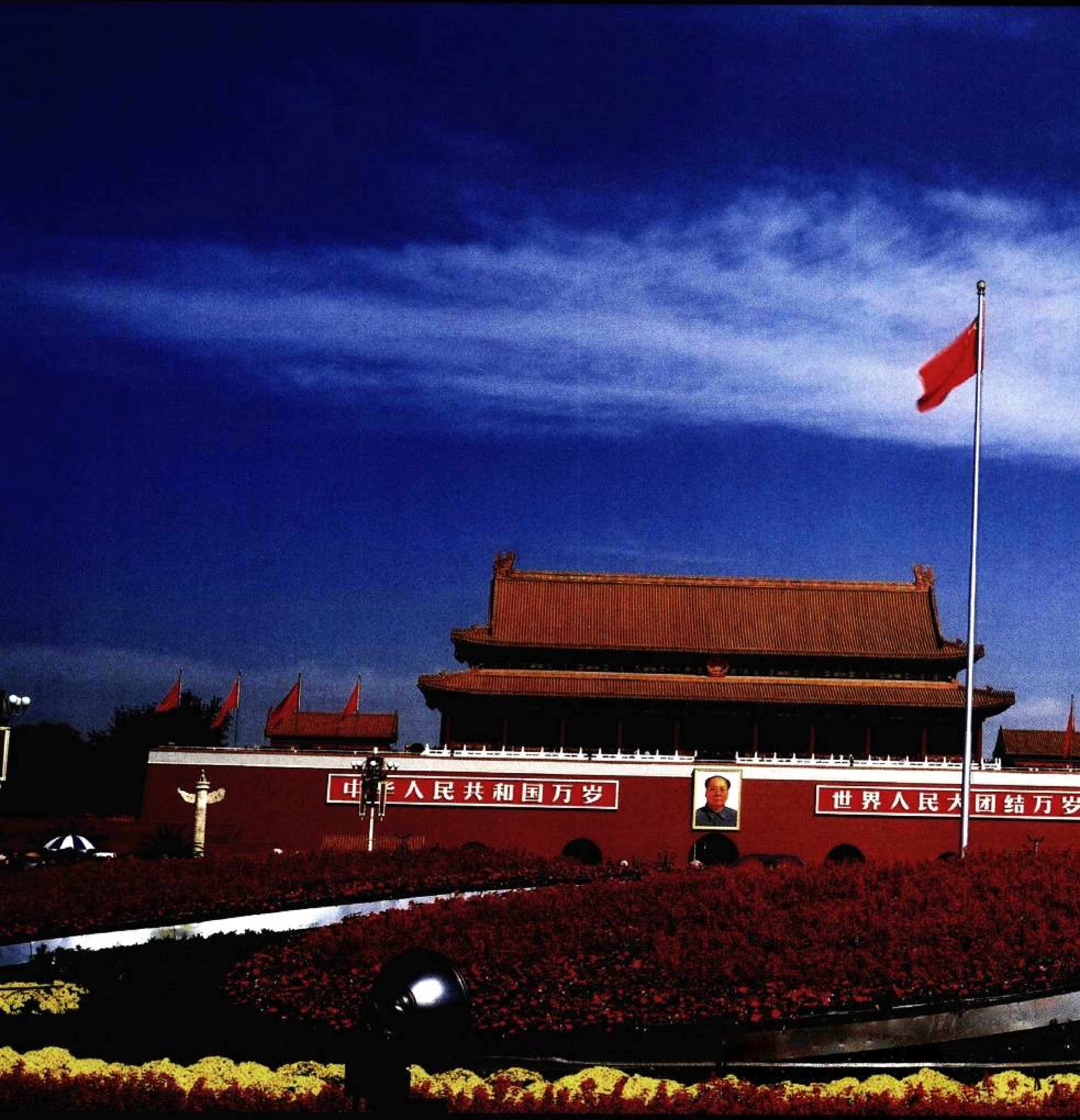


《流淌的溪水》2004（左图）

水是永远的拍摄主题，我知道一位图片库摄影师总是在拍摄水的图片。运用摄影的手法拍摄出各种各样水的动态。就是这样一位摄影师拍摄出来的水的照片，让他在图片库里有了衣食无忧的生活。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫V型4×5照相机，150mm镜头，6×12后背，光圈F22，速度 20秒，富士Velvia反转片，加偏振镜和中性灰滤色镜



《“十·一”的天安门》2003（上图）

天安门永远是摄影的主题，无数的摄影师手中都有天安门的照片，但是要想拍好天安门却不是一件容易的事情，因为每年只有“五·一”和“十·一”天安门才摆满鲜花，如果天气不好，你将很难拍摄成功。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫V型4×5照相机，65mm镜头，6x12后背，光圈 F22，速度 1秒，加偏振镜

编辑类图片主要用来为报纸、杂志和教科书配图。作为文章的补充说明，好的编辑类图片可以让人一目了然，同时对读者有吸引力。

《毕业典礼》1997（上图）

在女儿小学毕业典礼上拍摄的照片，夏日接近中午的阳光使色彩达到了最大的饱和。所有孩子的脸都朝着一个方向，不知道为什么这个小女孩突然将脸朝向了我的镜头。我抓紧时间按动了快门，捕捉到了这一瞬间。

图片在国外的图片公司里被多次使用，主要是在教科书和一些关于儿童的文章里使用。而在中国的图片库里类似的图片却很少被使用。通过多年在图片库里销售的经验。我得出一个结论：无论是在中国拍摄的照片，还是在国外拍摄的照片，它们在同一家图片库里销售的比例基本一样。例如，我在一家中国图片库里有2 000张图片，其中有1/3是在国外拍摄的，2/3是在中国拍摄的。如果我的年收入是2万人民币，那么在国外拍摄的图片的销售收入会占到我收入的30%。当然，根据不同的图片库对市场的占有率，销售的比例会有所不同。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FE2，80－200mm镜头，光圈 F4，速度 1/250秒，富士Velvia反转片

第一章　关于图片库

图片库是一种图片的代理机构，即图片的中介。它与摄影师和图片使用者签约，将摄影师拍摄的照片放在自己的图库中，并将这些照片出租给需要使用这些照片的客户。图片库主要接受它认为有市场价值并可以出租的照片，然后把这些照片扫描，整理，分类，编号，为它们写说明和关键词，并把它们放到自己的网站上提供给客户挑选。由于没有网络，早期的图片库将有代表性的图片印成图片集送给客户和潜在的图片使用者以达到推销自己库里图片的目的。

图片库的雏形可以追溯到19世纪60年代。美国纽约和华盛顿许多家照相馆的主人马修斯·布雷迪雇用了许多摄影师，并将他们组成了许多的摄影小组，让他们到战场上去拍摄美国南北战争的图片。布雷迪把这些照片都署上自己的名字，然后送到报纸去发表。而在摄影术发明的早期，有一些人看准了这一行业，投资让摄影师去全世界各地拍摄风光、人文地理和历史遗迹，然后再把这些照片卖给出版社来出画册和教科书。

真正意义上的图片库起源于20世纪初，但是开始流行是在二战前，早期的图片库大部分是由摄影师创建的，主要是为报纸和杂志服务，比较著名的有马格南、伽玛、黑星、联系和西格马它们被称为世界五大新闻图片库。它们的摄影师拍摄的照片基本上都是新闻编辑类的图片。

经济的真正繁荣也促使图片库产生。由于图片不是一种生活必需品，而是更近乎于生产资料，只有在社会经济繁荣的情况下，它才有市场存在的空间。多年的研究表明，越是经济发达的国家，图片库的数量就越多，越是经济落后的国家，图片库的数量就越少。在很多经济不发达地区和国家甚至没有图片库。据美国图片代理协会的统计，全世界图片使用量的一半在美国，而美国平均每天的图片使用量是20 000张，即全世界（不包括中国的图片使用）全年的图片使用量是1 500万张，按照欧美国家一张编辑类图片100～200美元，一张广告、挂历、宣传品等商业类图片几百到上万美元的费用来计算，全年的图片交易额应该在25亿～30亿美元。因此在目前中国经济被全球看好的大背景下，我们有理由看好中国的图片业前景。

图片库的出现是因为市场的需要。大部分摄影师每天忙于拍摄，没有时间去从事经营活动，手中的照片越来越多，却不能很好地发挥这些照片的作用，而杂志、报纸、出版社也不可能雇用许多的摄影师来满足自己的需求，市场需要一个中介来满足摄影师和报纸杂志的需求，因此图片库就产生了。这无论对摄影师和报纸、杂志来说都是一件好事。摄影师不必为自己手中的照片没处使用而发愁，可以专心地去拍摄自己的照片了。而报纸、杂志也不必花更多的钱来雇用摄影师拍照，只要到图片库里把适合自己刊物题材的照片租过来使用就可以了。

在20世纪60年代到20世纪末，如果客户要挑选照片来使用，他们必须来到图片库，通过图片库的目录和电脑寻找自己需要的图片，或者是在办公室里通过图片库的目录册来挑选符合自己使

用要求的图片。而现在，用图片的客户只要坐在自己的办公室里到图片库的网上就可以挑选自己需要的照片了。毫无疑问，网络的发展大大提高了社会的劳动生产力，减少了编辑和美术师的工作量。对于他们来说使用图片库里的照片最大的优势是他们不必承担任何的风险，因为只有当他们选中照片后他们才会付钱。

但是对于摄影师来说专门为图片库拍摄是有一定风险的。摄影师需要投入很多的时间在计划、创作、拍摄和整理照片中，要花许多的金钱购买照相器材和胶卷，以及电脑、移动硬盘、存储卡等数码设备，还要去开发市场，也许到头来一张照片也没有卖出去。因此，大部分的图片库摄影师在一开始拍照时并不是只为图片代理拍摄的。他们可能只投入很少的时间为图片库拍摄，或者把自己已经拍好的照片放到图片库里去，当他们在图片库有了一定的收益之后，他们才投入更多的时间和精力去为图片库拍摄，也许最终成为一个图片库的专职摄影师。

下面我们来讨论一下图片库的市场，在西方社会里有许多摄影师是靠图片公司来挣钱生存的，图片库摄影已经成为摄影的一个门类。

表面上看来图片库摄影是一个不错的职业，摄影师可以自由地支配自己的时间，拍摄自己喜欢的题材，到处旅游，然后把照片放到图片库里去卖。但是正因为人们都认为这是一个相当不错的职业，所以在这一行业里也就存在着供过于求的现象。摄影师应该清楚地意识到这是一个竞争激烈的市场。

在西方国家，图片库的形式是被广泛接受的，2005年一家美国图片设计公司做了一个调查，在它的抽样调查中，82%的公司及与它有关联的公司对使用图片库的照片质量和服务感到满意。

使用图片库的都是什么人呢？调查发现主要是广告公司、直接邮寄公司、设计公司和网络公司。图片使用在年度报告、公司的宣传画册、展览、包装盒、网络、出版物、报纸、杂志等不同的地方。

图片库除了要发现优秀的摄影师并将他们网罗在自己的旗下，另外一项工作就是积极寻找市场，发现买家，将自己代理的摄影师拍摄的图片推荐给客户，获取利润。摄影师和图片库的关系是相辅相成的。一家好的图片公司可以带给摄影师巨大的利润，但是一家经营不善的图片公司带给摄影师的可能是分文没有。

图片库主要可以分为4种类型：**商业图片库、新闻编辑类图片库、专门题材的图片库以及微利图片库。**

1. 商业图片库：主要的客户是广告公司、出版社和媒体等，它们以出售可以做广告的图片为主，收入的60%以上来自做广告的图片。当然它们也提供编辑类用图。

2. 新闻编辑类图片库：主要的客户是报纸、杂志和出版社。图片库给那里的编辑提供编辑类图片和新闻图片，作为报纸杂志的配图或者是书籍中的配图。这类图片每天的用量非常大，所以虽然价格很低，也可为图片库产生不小的利润。

3. 专门题材图片库：这类图片库里的图片都很特殊，它们只经营某一类图片，针对某一种市场。例如，有的经营微生物类图片，有的只卖旅游照片，还有的只出租动物和自然类的图片。这类图片库的规模都比较小，但是它们的图片都有代表性，而且质量很高（这类图片库目前在中国还没有）。

4. 微利图片库：微利图片库是这两年出现的，随着相机的普及，越来越多的摄影爱好者拍摄了大量的图片，虽说图片的质量不高，但是对于那些出不起高价又需要使用图片的客户来说，却无疑是个好消息。这些图片库推出的一美元购买一张图片的口号只是一个广告宣传，如果客户想购买一张原版50MB的图片，它的价格也会涨到100美元。

《剪纸》2004（左图）

剪纸是中国特有的一种文化，也是图片公司非常需要的图片，它具有中国特有的元素，而且拍摄起来并不费事，国内外介绍中国的文章就很需要这类的图片。除了剪纸，书法和印章也都是非常具有中国特色的文化，除了中国本土的报刊、广告需要这类的图片，国外在介绍中国文化时也会用到这类图片。

一个图片库的编辑曾和我说，他们公司的一个签约摄影师拍摄的中国剪纸一个季度就给他带来了2万元的净收入。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/250秒，自然光，RAW格式拍摄

全世界大大小小的图片库大约也有上千家，主要在北美、西欧、亚洲和拉丁美洲。越是发达的国家和地区，图片库就越多，行业就越规范。美国是全世界用图最多的国家，也是图片库最多的国家。Getty Image、Corbis都是全世界著名的图片库（前者的老板是一家石油企业，后者的老板是比尔·盖茨）。美国国家图片库联盟PACA是全世界最大的图片库组织，它旗下共有注册的图片库280多家，甚至一些欧洲和亚洲的图片库也在那里注册。英国、法国、德国等欧洲国家也都有这样的图片库组织。这些行业组织负责管理、协调各个图片库的关系，制定行业规范，保护会员利益，开展图片库知识的教育，提供会员最新的发展信息。所有会员都严守会员规定，只要是协会的成员就都是摄影师可以相信的图片库。在本书的附录中，你可以找到这些图片库组织的网址。

如果你是新生代的摄影师，又懂得英文，可以通过网络找到各国的图片库协会，这样就会发现世界各地的图片库，把你的图片卖到国外去。一个好的图片库摄影师，通过图片库一年可以挣到十几万美金；一个中等水平的图片库摄影师，一年也可以通过图片库挣到几万美金。当然，也要看你拍摄什么样的题材。如果你只喜欢拍风光或者市场并不需要的图片，那你可能就没有那么幸运了。

《向日葵》2004（右图）

向日葵不仅仅是一种农作物，它也可以象征某一种精神，可以是一种概念，传达某种信息。如果摄影师只从表面去看待它，就不可能拍摄出商业图片库需要的图片。

向日葵也是没有国籍的，拍摄这类图片时，只要拍摄得好，就可以放到国内外任何一个图片库中去。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F5.6，速度 1/500秒，RAW格式拍摄

1.1 商业图片库

20世纪40年代到20世纪90年代是商业图片库开始出现并逐渐成长壮大起来的时期。在美国这些代表性的图片库是Image Bank、Tone stone、Index等。到了20世纪90年代中期，图片库行业开始了整合。大的商业巨头开始收购图片库，因此就出现了像Getty Images和Corbis这样的大型综合性图片库。它们在世界各地都有自己的子公司和代表处。它们的库里有着超过千万张的精选图片，并有着完整和强大的销售平台。每年的销售额可达到几亿美元。例如，Getty Image声称它库里有上亿张图片，它的总销售额的80%来自于其中的30万张图片，10%来自于另外的50万张图片。其他10%的利润来自剩余的其他图片。2006年它的年销售额是8亿美元，在全球有1750名员工，同时也是纽约华尔街的上市公司。

我们都知道Getty Image和Corbis这两家世界上最大的图片库，但是它们经营的方向是有区别的。Getty Image主要的营业范围是商业广告，而Corbis主要是经营编辑类图片。而直到现在Corbis也没有在华尔街上市，而美国的第3大图片公司Jupiterimages图片公司却已经在华尔街上市了，它在全球有678名员工，2006年的营业额是1.3亿美元。

1.1.1 关于RM和RF

照片在图片库里的用途一般分为两类：广告类和编辑类。

在商业图片库里，图片又被分为两类：RM（Right Manage，版权管理）和RF（Royalty Free，版权免费）。

两者有何不同呢？RM是指图片的版权是受到保护的，即图片的版权属于摄影师，图片公司代理摄影师出租其图片。客户在租赁图片后，拥有在特定的时间和地域内使用图片的权利，而图片公司也根据客户的使用内容来收取费用。如果超出了这些条件，客户使用RM的图片就是违法的。如果摄影师为自己的图片选择了RM，那么这张图片就不能够再给别的图片公司来代理了。

RF是指版权免费。当客户购买的照片是RF时，他就拥有了照片的使用权，他可以无限制地使用这张图片，把它用于广告、报纸、杂志或自己的宣传画册等，且没有时间上的限制。但是客户不得以任何方式复制供他人下载、租赁或出售这些图片。同时图片库和摄影师还拥有这张图片的版权，他们还可以把这同一张照片卖给别的商家。RF可提供单张图片及整张光盘，以目前市场的价格，单幅图大约在人民币300～2000元，价格是按照每张图片的文件大小来决定的。而光盘的价格大约是人民币800～5000元，价格是按照光盘里图片的数量和每张图片的文件大小来决定的。如果摄影师为自己放入图片公司的图片选择了RF，那么这张图片可以同时放入不同的图片公司。

两者相比，就未来图片市场的发展而言，RF还有很大的成长空间。因为这样的照片对于客户来说限制少、价格低。特别是对一些中小企业和公司来说，他们在图片市场的预算较少，购买RF类型的图片是最佳选择。但是就图片的广度、创意、品质而言，RF却不及RM来得精彩。RM可以让客户垄断市场使用，而RF是没有办法做到的。

有的图片库根据图片所使用的拍摄器材来决定什么样的照片是RM，什么样的照片是RF。如果是使用胶片相机拍摄的照片，就放到RM里；如果是使用数码相机拍摄的照片就放到RF里。当然，也有的图片库要求摄影师自己决定将自己的照片标上RM还是RF。有时，图片代理也会将一些过时的、长期出租不出去的照片标上RF的标记。

《读书》2005（左图）

典型的图片库里的商业图片。由于种种原因，中国摄影师一般不会拍摄这类照片，而这类照片恰恰是图片库里最需要的图片。

摄影师：陈小波

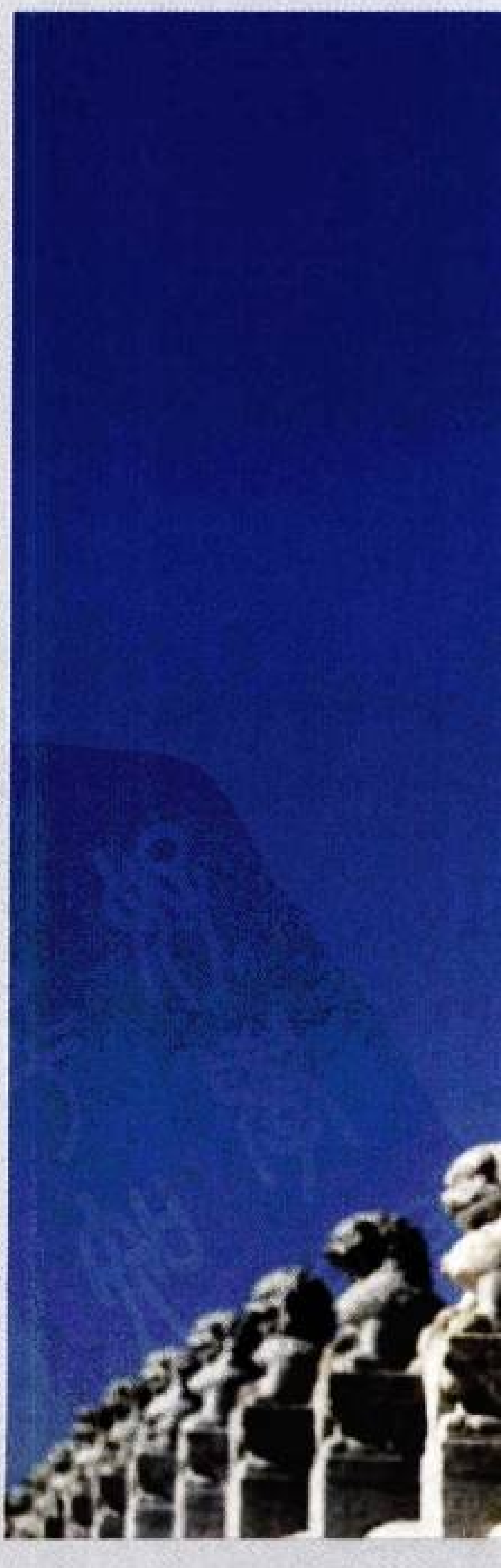
摄影数据：柯达14N数码相机，80－200镜头，光圈 F11，速度 1/125，室内闪光灯，RAW格式拍摄

1.1.2 图片价格

商业图片库中图片的价格不可能像新闻编辑类图片的价格那样基本一样。由于是用于做广告，所以照片的价格在不同的广告中会相差很大，从几百元到上万元不等。这取决于以下5个要素：1. 广告的展示方式，如灯箱、路牌、杂志、报纸、网站、电视、地铁、火车、展览、装饰画、台历、年度报告或CD等；2. 发行量及知名度；3. 展示时间的长短，即租用图片是一个月、6个月，还是一年或者更长的时间；4. 广告的尺寸；5. 地域，主要指广告是用于某个区域，还是全国或者全世界。

而编辑类图片的价格相对要简单，由于编辑类图片主要用于报纸、杂志和出版物，价格的差别主要是根据照片的大小和报纸、杂志等出版物的发行量决定的。一般来说，在美国和欧洲，一张普通大小的照片（4×6英寸）使用一次的价格为100～200美元，这主要是由报纸、杂志的知名度、发行量以及照片拍摄的难易程度决定的。关于图片的价格，在国外都有着严格的行业规定，如果你是图片代理协会的成员，那就必须遵守行业的规定。

如果大家有兴趣可以到http://photographersindex.com/stockprice.htm去查询。



《颐和园十七孔桥上的石狮》2006（右图）

摄影师拍摄照片时一定要做到主题突出，背景简洁。

特别是为图片公司拍摄时，一定要考虑在画面中留白，因为图片编辑和艺术总监在使用图片时常常会考虑到图片是否有空白处来压字，或者是有再创作的空间。

虽然图片库中的照片不是艺术照，但是在用光、构图上也要讲究，这样才能使你的照片卖得更好。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，80－200mm镜头，光圈 F8，速度1/250，RAW格式拍摄

决定一家图片库是商业图片库还是编辑类图片库的主要依据是它的图片使用在广告上的比例是多少。如果它销售额的60%是来自商业广告，那么我们就可以认为这家图片库为商业图片库，摄影师的图片在那里主要是被用来做广告的。如果一家图片库的销售额的60%是来自编辑类图片，也就是说图片主要是在报纸、杂志等出版物中使用，那么我们就认为这家图片库属于编辑类图片库。

在图片库里摄影师和图片代理的利益是一致的，因为大部分图片库和摄影师的分成都是各50%（也有摄影师和图片公司的分成是40%对60%）。图片卖的价格越高，双方得到的利润就越多。有的图片库会给其签约摄影师定期发布指导性的信息，告诉摄影师目前图片库缺少什么样的图片，当前使用图片的趋势等。摄影师为了让自己的图片更好出售，也在研究市场需要什么样的照片。而为了保证摄影师的经济利益，图片库也尽量保持着一定的签约摄影师数量，并用各种方法来促使现有摄影师尽可能地多拍照片，拍市场需要的照片。在这里摄影师和图片库的关系就如同鱼和水一样，谁缺少了对方都可能无法生存下去。图片库如果没有信誉，欺骗摄影师，它就可能没有了产品的来源，长期下去它就很难生存；而摄影师如果不能不断地提供适合市场的图片给图片库去销售，他们也就会被淘汰出这个市场，或是没有一个稳定的收入。

1.2 新闻编辑类图片库

Corbis有着和Getty Image同样大的图片库存，但是它的图片比起Getty Image来说更多地用于编辑类。它的图片并不像Getty Image那样编辑的紧凑，因此对于客户来说，有些图片就很难被发现。

新闻编辑类图片库里的照片主要用于报纸、杂志和书籍的配图，以及新闻照片。对于新闻照片来说，它有一定的局限性，就是它的时效性。如果你拍摄的新闻照片没有及时地发送到图片库的网上，它可能就过时了，也许永远都卖不出去，或者只能等到有人需要历史资料时才被发现。而且这类照片的价格都不会太高。当然如果是美联社、路透社或者是法新社发的独家新闻照片价格就会比较高，因为毕竟是独家新闻。而一个普通的摄影师是不可能拍摄到这些独家新闻照片的。

专题照片是新闻编辑类图片库里的另一类照片。一组好的专题照片通常都能卖一个好价钱，在1996年，美国黑星（Black Star）图片库的总裁霍华德·查普尼克（Howard Chapnick）曾告诉我黑星图片库是怎样运作的。

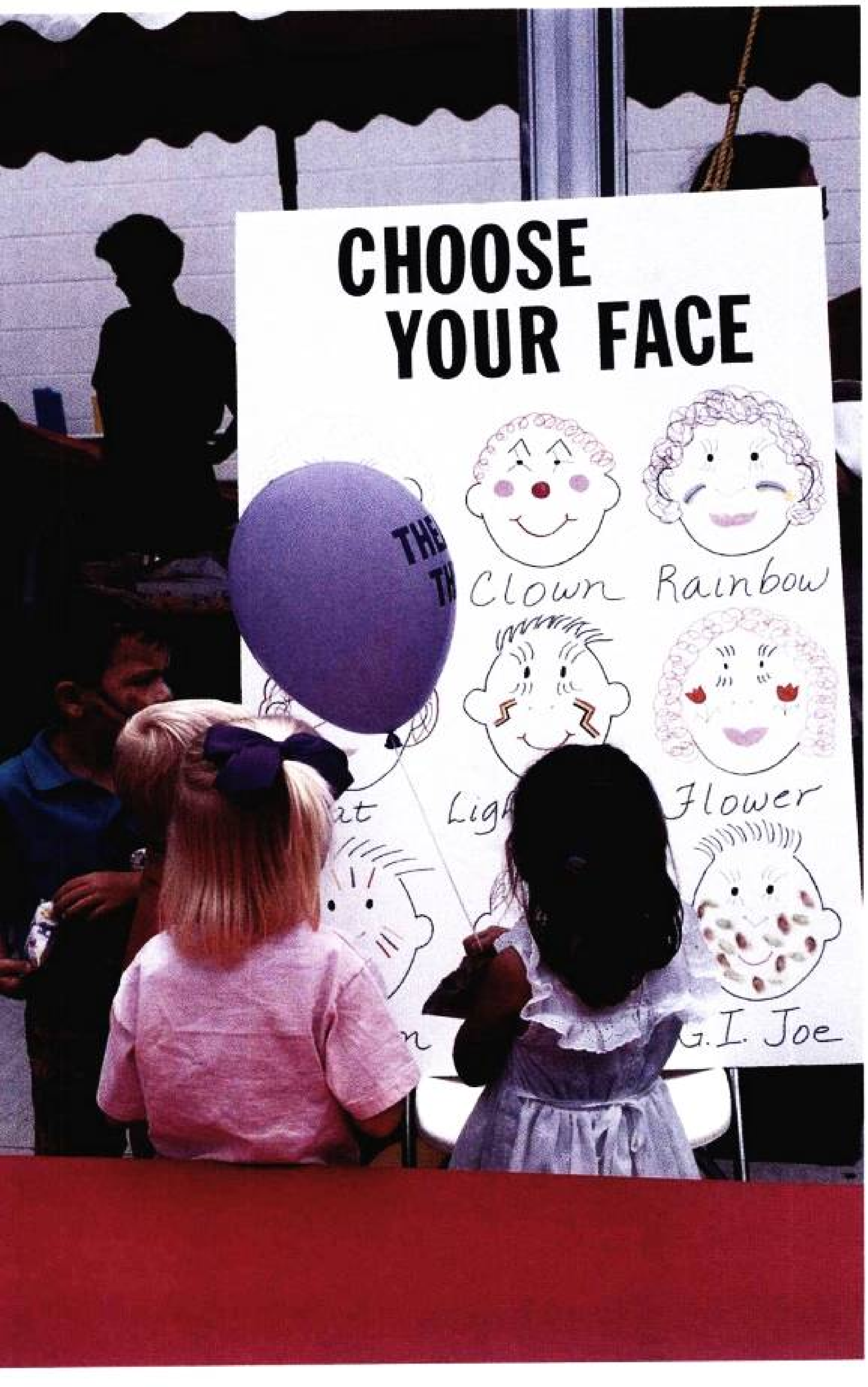
霍华德·查普尼克（Howard Chapnick）是20世纪末新闻摄影界中最有影响力的人物之一。他曾是黑星出版公司（先前世界上著名的黑星图片库）的总裁。在辉煌的职业生涯中，他曾给数百名摄影师指出他们的摄影方向并帮助建立了新闻学的伦理道德和诚信，这在美国和欧洲都是公认的。黑星图片社的签约摄影师们一直是新闻摄影、纪实摄影业的佼佼者，他们出现在世界上所有的重大新闻事件中，也曾获得过无数的摄影奖，包括世界上三大新闻摄影奖“普利策”、“荷赛”、“美国密苏里大学新闻学院的年度摄影比赛（POY）”以及其他国际上的摄影比赛奖。

黑星图片社成立于1936年，最早的创立者包括一名在20世纪20年代就在为《柏林画报》拍摄系列的报道图片的摄影师，一个图片代理和一个出版商。二战时他们跑到伦敦成立了“黑星”，1936年又将“黑星图片社”搬到了美国。早期《生活》杂志的图片来源主要是依赖于像“黑星”这样的图片社，因为《生活》杂志当时只有4名摄影师，他们需要更多的摄影师去报道全世界的事物。在黑星图片社建立的初期，《生活》杂志对于它来说是非常重要的，因为卖给《生活》杂志的照片占了它一半的业务。

霍华德·查普尼克告诉我，“现在的摄影市场与过去的完全不一样了。以前像《生活》、《新闻周刊》、《时代》这样的杂志都有着大量的专职摄影师，而如今它们只保留了少量的摄影师，绝大多数的图片故事都是从图片库买来的。编辑们知道他们只需要坐在办公室里，等待着这些图片代理将好的图片故事送上门来就可以了。”

“你问我什么样的摄影师才能成为黑星的摄影师？我可以告诉你，我们的大门对摄影师永远是敞开的。”

摄影师必须意识到图片代理不需要二流的照片，它们需要的是高水平、高质量的照片。只有一流的、有市场意识的摄影师的照片才能卖出去。



《节日里的儿童》1989（左图）

纪实类照片应该包含大量的信息以传达给观众。一张图片里的信息越多，它就越好出售。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，28mm镜头，拍摄数据不详，富士Velvia反转片

他还说，作为一名摄影师，他所处的地理位置像他的照片质量一样重要。“我们希望在世界各地都有我们的摄影师，因为当我们需要某一特定题材的照片时，我们最好能在当地找到合适的摄影师，这样我们就不必从美国派一个摄影师去那里，从而减少了经济上的开销。每年我都要会见四五百名摄影师并观看他们的作品，评估这些作品是否达到新闻杂志的标准。通过这些作品来判断摄影师的基本技术、用光、构图和照片所传达的意思。如果所有这些都被充分表现出来了，我们还要了解摄影师对世界新闻事物的反应，就是他的敏感性，他是否对社会问题和围绕着他周围的生活问题有兴趣，他是一个创造者还是一个复制者。如果我喜欢一个摄影师的拍摄形式并认为他有发展前途，将试用他。”

“例如，一个摄影师在‘匹兹堡论坛报’工作，我喜欢她的作品，因此她成为一个半工性质的摄影师。我告诉她应该拍摄一组人们感兴趣的系列照片，去反映一个社会问题。一年之后她带着两组照片回来，一组是匹兹堡的摩天大楼，另一组是关于一个患瘫痪症小男孩的故事。这个男孩天生患了这种病，但是他不屈服地与这一疾病做斗争。照片的内容非常好，同时也表现出摄影师在拍摄这一题材时的勇气。这组图片被卖给了《生活》杂志（他们在杂志上发了10页），还被卖遍了整个欧洲。全部的收入超过了10万美元。”

“当我把支票交给她时，我们签了合约，她成为‘黑星’的签约摄影师。其他的摄影师也可以作为‘黑星’的半工性质的摄影师（Stringer Photographer），这样的摄影师可以将他的照片提供给任何图片库或杂志社。‘黑星’没有独家代理权，大约有15个签约摄影师和数百名半工性质的摄影师。总体上来说，一个摄影师的收入每年在5万～15万美元左右。”

“摄影师与图片公司的关系是紧密的，摄影师应该经常向图片公司提供一些好的拍摄计划，

《演奏中的高中生》1998（右图）

照片拍摄于美国华盛顿特区杰斐逊纪念堂前的广场。

作为一个商业图片库摄影师，我很少拍摄这类题材的照片，但是出于兴趣，我也会将这类照片加入到我的图片库中。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，28mm镜头，光圈 F8，速度 1/60秒，富士Velvia反转片

让图片商看看这样的图片故事是否有它的市场。如果图片公司看好一个拍摄故事，就会安排摄影师去拍摄，并与摄影师共同分担拍摄费用。有时拍摄某一个故事是要冒一些经济上的风险的，这是商业投资。”

我与霍华德的谈话是在20世纪90年代进行的，但是现在回想起来都是很有意义的。

中国国内的新闻图片库的工作可能就没有那么严谨了，有的网络新闻图片库的签约摄影师据说已经超过了一万，由于图片的出租费只有几十元人民币，因此大部分摄影师想靠新闻编辑类图片库来生存是不现实的。

国外的新闻编辑类图片库在本质上还是有一些区别的，有的偏重于新闻和纪实图片，有的却不经营时效性太强的新闻图片。

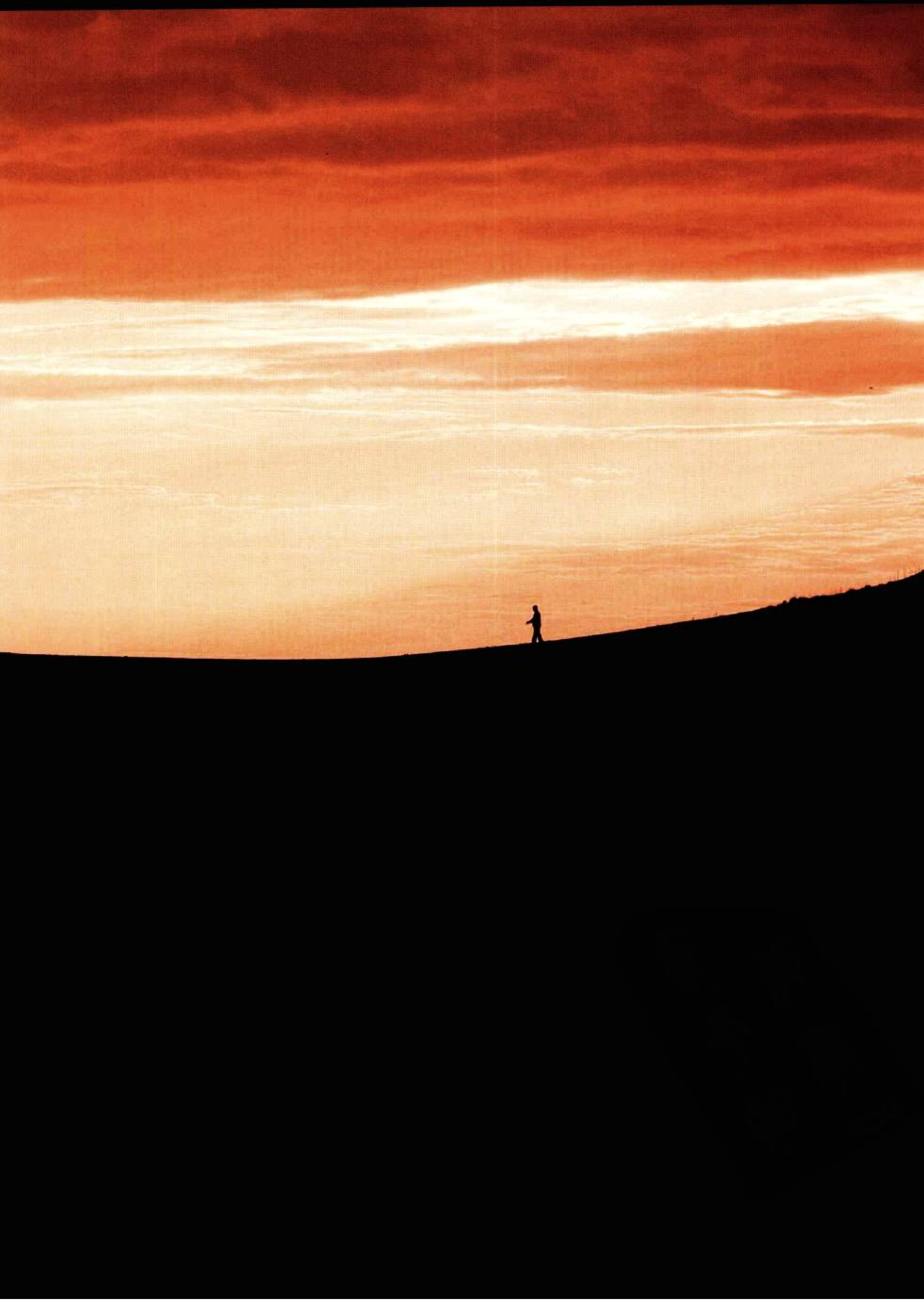
国外的新闻编辑图片库主要有Corbis、黑星、联系和马格南等，而国内这类的新闻编辑类图片库也不少。

《朝霞》2007（上图）

一张不错的风光照片，但是这类照片在图片库里多如牛毛。当这类照片没有什么特色的时候，图片很难卖出去。它很美，但是人们不知道这是哪里，是中国，还是国外？是内蒙古的大草原，还是西藏的山峦？

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，80-200mm镜头，光圈 F6.3，速度 1/250秒，RAW格式拍摄



1.3 网络图片库

网络图片库作为一个新型的产业，出现在我们的生活中也不会超过四五年，这些图片公司鼓励摄影师使用数码相机、扫描仪、刻录机、光盘、网络等先进的技术手段来拍摄、制作和传输照片。这些技术和手段已经颠覆了传统图片库进行交易的方式，冲击着原有的生产方式。免版税的照片也就是在这种情况下诞生的。

近来这样的图片库出现在美国及欧洲的一些国家中，它们利用网络的优势在全世界发展自己的摄影师队伍。一般情况下，传统图片库的编辑人员总是比销售人员多出许多，这些编辑人员忙于发现摄影师，与摄影师签约，修理图片，编写关键词，将图片上传到网络上。但是现代的网络图片库使编辑人员减少到了最低，只要你的照片得到他们的认可，通过审查，你就可以在网上和图片公司签约，成为他们的摄影师。

摄影师在自己家里通过IPTC（International Press Telecommunications Council国际新闻电信委员会）制定的程序编辑好自己的图片，写好照片题目、图片描述和关键词，然后直接将照片上传到网站就可以了。网站将不合格的照片筛选掉，将符合要求的照片收进网站，然后系统会自动分类、编号，把编辑好的图片排列到网站上展示给客户。如果你的照片在质量上达到要求，而在题目、关键词方面不符合图片公司的要求，图片公司将通过邮件通知你，你可以在图片公司的网站上重新编辑你上传的图片，或者在自己家里重新编辑图片，再上传给图片公司。这样的图片公司将大量的编辑工作转交给了摄影师，自己省却了大量的后期工作。

图片库所做的工作主要是在全球的报纸、杂志、出版社、广告公司和印刷公司里发展客户、宣传自己。如果在这样的图片库网站里找不到需要的图片，客户只要在图片库网站里发布一条消息，说明所需要的图片地点、图片内容、图片使用的目的、图片的大小、横构图或者是竖构图、价格、截稿日期等。图片公司会把这条消息发送到世界各地在它旗下的每一位摄影师的邮箱里。当摄影师看到消息后，如果他有这样的图片，他就会将图片小样通过网站的传输系统传到图片库去。如果摄影师没有客户所需要的照片，而客户所需要的照片地点恰巧就在他家附近，摄影师就可以当即按照客户的需求把照片拍了，给客户上传过去。如果客户选中了某个摄影师的图片，就会直接与摄影师联系。当摄影师根据客户的要求提供了图片并寄出费用账单后，客户就直接付款给摄影师，摄影师收到付款后，再把图片库应该得到的部分寄给图片库。

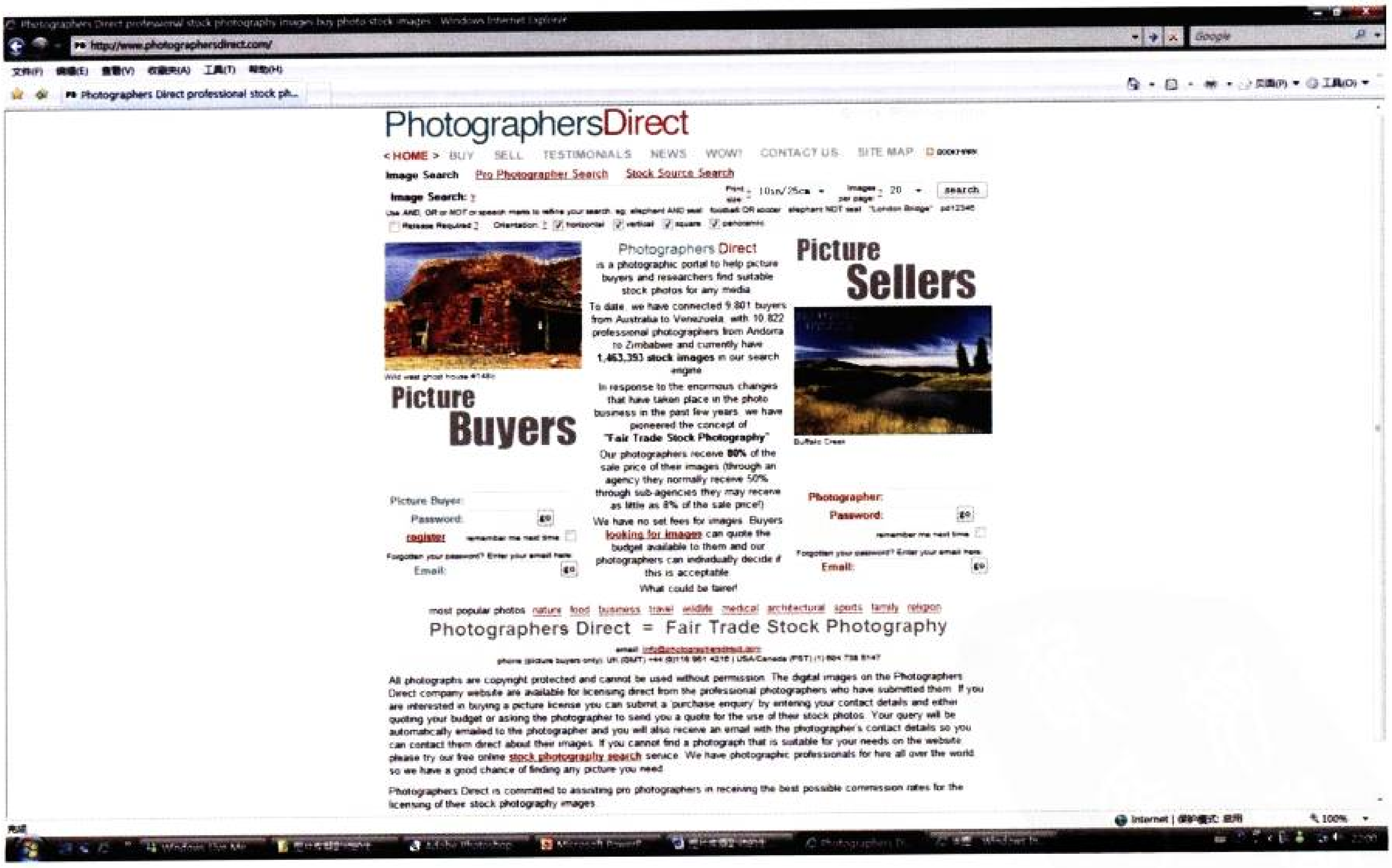
摄影师如果与这样的图片库有联系，最大的好处就是他可以直接掌握客户的需求，而不必盲目拍摄。而且这样的图片库一般和摄影师的分成是2：8、3：7或者是4：6。在这样的图片库里，摄影师的收益都要比在传统的图片库里的5：5、6：4分成多。

有些新兴的网络图片库还提供一种服务——出租图片库的服务器，你可以每年付一定的费

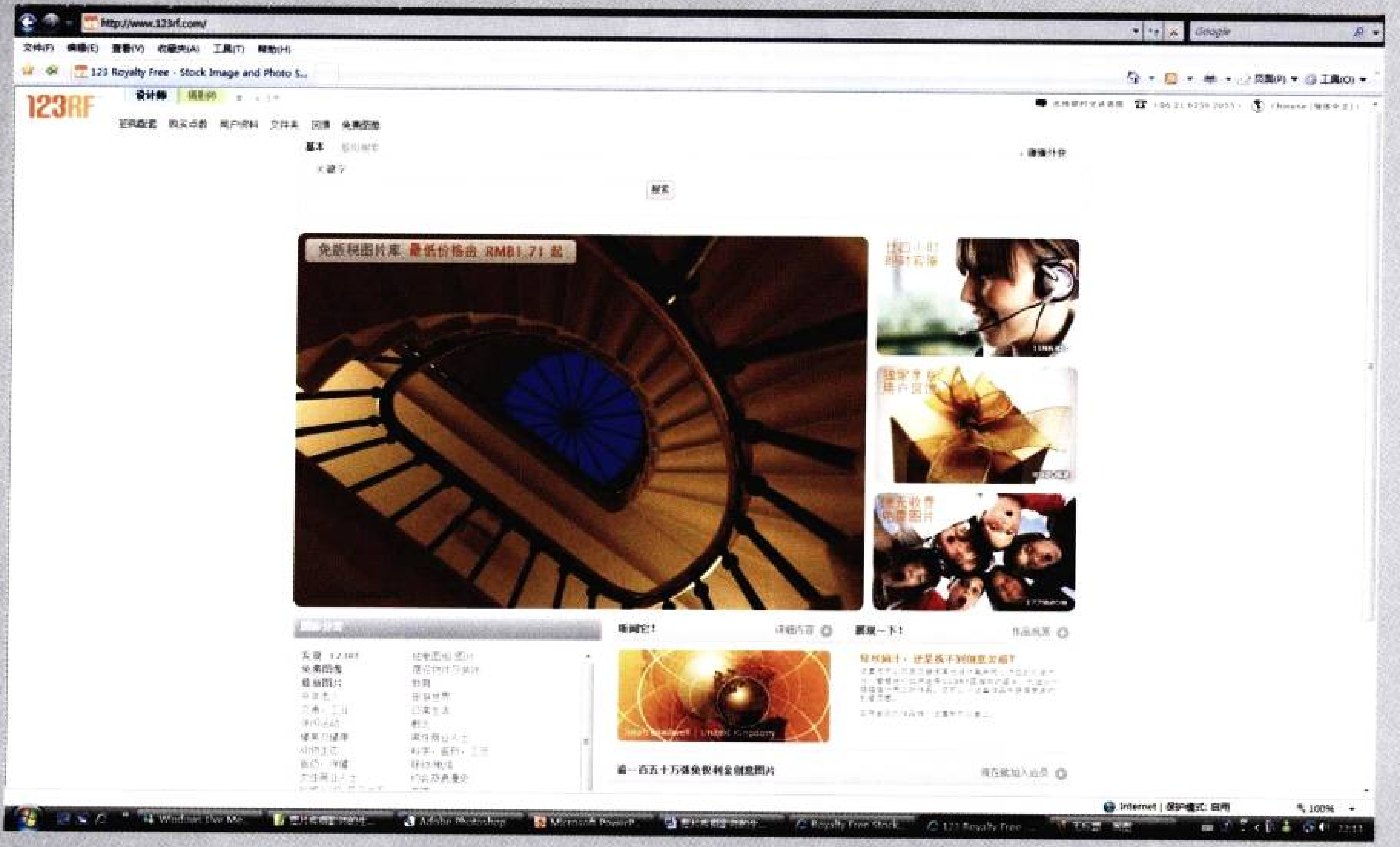
用，将自己的图片全部放在图片库里，你的图片和图片库里的其他图片一样会被所有的客户看见。如果你的图片被客户选中，那么客户就会直接和你联系。当你的图片被租用后，图片库不收取任何其他的费用，所有出租费都属于摄影师。如果你认为自己是一个出色的摄影师，对于市场的把握又很准确，那就可以租下一个网络图片库的空间，把自己的照片都放进去，这样你的收益绝对会比把照片放在其他任何一家图片库的收益都高。但是注意，在你租用图片库的空间之前一定要好好了解一下这家图片库，看看它究竟有多少客户，它的销售平台是否可以让你受益，否则你可能要白付租用空间的费用。

与老牌的传统图片库相比，网络图片库由于成立的时间较短，客户也相对较少，因此它们的销售能力也有限，如果你想有不错的收益，还需要一个漫长的过程。

下面是英国的一家图片公司的网站，你可以申请成为它的摄影师，如果通过了它的审核，就可以随意地上传照片，当然它有一个空间容量的限制。它的最大好处就是几乎每天都会给你发邮件，告诉你客户需要什么样的图片。



微利图片库正在以飞快的速度发展着，在短短的3年时间里，它们在欧美国家中正在蚕食着传统图片库的市场份额。近几年来大型图片库每年的营业额基本上都没有增长，或者增长非常缓慢。但是有些微利图片公司，成立不到一年就开始盈利，而有些微利图片库的盈利正以每年50%～100%的速度增长着。为了开拓市场，这些公司把自己的网站翻译成数十种文字来吸引不同语言国家的客户。下面这家图片网站就有中文版。



1.4 微利图片库

微利图片库是从Micropayment Stock 翻译过来的。美国人切尔佐夫在2005年与人合作在美国成立了Fotolia公司，这是一家新型的图片机构，它诞生于Web 2.0时代。在过去的两年中，这类图片公司像雨后春笋般在全美和欧洲兴起。它们的存在挑战了像Gettyimages、Corbis和Jupiterimage这样的传统而巨大的图片产业的龙头老大的地位，并开始分割它们的市场份额。传统的图片公司提供著名图片的独家版权（即RM的授权），价格从每张数百美元到上万美元不等。而在这些微利图片公司里，客户可以得到质量不错而价格低廉的照片。

如今，任何一个职业摄影师想成为Gettyimages、Jupiterimages或者是Corbis图片公司的签约摄影师都是一件非常困难的事情。因为它们都已经拥有太多的专业摄影师了。Gettyimages去年提出，如果摄影师要它代理自己的图片，必须先缴纳每张图片50美金的代理费。而微利图片公司为了大量地扩充自己的图片，愿意接纳任何一个向它提供图片的摄影师，无论是专业摄影师，还是摄影爱好者。

这是一个颠覆性的商业模式，它们已经对传统的大公司开始了挑战。Fotolia 2006年卖出了400万张图片，尽管还不可能对那些大的图片公司产生威胁。但是假以时日，谁又能知道这样的公司不会是胜利者呢?

图片行业本身是一个细分的小行业，在20世纪90年代经历了技术的改革和行业的合并，Gettyimages和Corbis的出现给图片行业带来了革命。但是现在数码的发展、网络的出现，使得人人都可以参与到这个行业竞争中。根据世界图片产业协会的分析，过去的几年里，传统图片公司巨头们的营业额没有太大的增加，而在2006年，微利图片库的营业额却比2005年翻了一倍。这是一个巨大的增长率。

微利图片库的经营模式即讲求效率。在这些图片网站里，编辑人员决定接受什么样的图片。但是摄影师必须提供所有的相关材料，特别是与图片相关的关键词。它与网络图片库的工作方式几乎一样，只是它提出了一个口号：“一美元一张图”。而有的微利图片公司采用订阅的方法出售图片，例如，客户只要每月向图片公司交纳199美元，即可以在公司的图片网站上每天下载25张图片。

大多数微利图片库的图片都是由摄影爱好者提供的，他们之中的许多人每月只能从图片库拿到数百美元的收入。而一流的艺术总监也不会买这样的图片，因为他们认为这类图片没有品味，不够专业，而且由于照片不能提供独家的使用权，所以对于广告公司来说，他们不愿意使用这类图片。

但是这些不够专业的图片，也有其客户群。一些中小企业、网站或者是个人，他们并不想花太多的钱去购买图片，而微利图片库的出现对于他们来说无疑是福星高照。照片的质量是因人而异的。

我曾经浏览过一家国外的微利图片库的网站，发现有一位摄影师在那里有900多张图片，而下载次数在两年时间里竟然达到了2万多次。如果按照最低的售价一美元一张图来说，他在两年的时间里也挣了两万多美元。

1.5 为什么选择图片库

对于一个摄影师（专业和非专业）来说，是否要进入图片库完全取决于自己。中国的现状与国外有着很大的不同。例如，在国内新闻图片库里活跃的摄影师主要是各地报纸、网站的摄影记者，他们可以在拍摄新闻的同时，将自己拍摄的新闻图片放到图片库里去获取额外收入。而在国外这是不可能的，作为一个报社的摄影记者，由于受雇于报社，你虽然拥有自己拍摄的照片的版权，但是你的雇主也同时拥有它的第一使用权。如果不经过雇主的同意就把自己在工作中拍摄的照片放到图片库中去，你的行为等于在帮助公司的对手，损害了雇主的利益。这样，你除了要受到道义上的谴责外，可能也会遭到被解雇的命运。

一个摄影专业的毕业生，年龄大概在22～24岁，再工作两三年，然后投入到图片库摄影中去。我们推算一个摄影师一年应该拍摄一万张照片，如果你能挑出5 000张照片放在图片库，那10年以后这个摄影师就有5万张照片在图片库里。按照保守的估计，一张照片价值一美元，那么这个摄影师在35岁时的年收入应该是5万美元。那么在65岁他退休的时候，他每年在图片库中的收入应该是20万美元。在那以后即使这个摄影师不再拍摄照片了，他的收入并不会减少，而且即使他去世了，他的子孙后代也应该继续拿这笔钱。

当然这只是按照一个人具有普通的天分、普通的努力来计算。我有一个中国摄影师朋友，他从20世纪90年代中期开始给美国的一家图片代理工作，他并不是一个非常努力的摄影师，每年也拍不了多少照片，到2003年也只有三四百张照片存放在图片库里，他的主题是旅游风光照片，而不是那种需求量特别大的题材。即使这样他每个月的收入也可以到达12 000元左右，这个数字远远高于我们的平均数字，一张照片在图片库里一年一美元的收入。要想达到一个理想的收入水平，除了摄影师要努力外，选对一个图片代理也是非常重要的。

将自己的照片放在图片库里还会给摄影师带来额外的利益。由于这些照片经常出现在图片编辑、艺术总监和设计人员的面前，长久之后，他们对摄影师就会有一个认识。如果他们在图片库里找不到他们需要的图片，他们常常会要求摄影师去拍摄所需要的图片，如果你的照片给他们留下深刻的印象，他们就会把这个拍摄任务交给你去完成。

《金融街》2007（上图）

图片拍摄的是建设中的北京金融街。人造的巨大算盘和周围的高楼大厦产生了内在的联系，可以让人们将现代的金融活动和中国古老的计算方法联想在一起。

拍摄这类照片时，要尽量选择晴朗的蓝天，让照片的色彩更加丰富，使购买照片的客户第一眼就对你的照片产生好感。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，镜头17－35mm，光圈 F16，速度 1/125，加偏振镜，RAW格式拍摄

第二章　图片库摄影之主题

“我应该拍摄什么？什么照片将被出售？”这是一个想进入图片库的摄影师常常提出的问题。现在，图片库市场已经进入到一个成熟而又复杂化的水平，仅仅指导什么题材的照片可以出售已经不够了，趋势在不断地变化。对于现代的摄影师来说他们必须做自己的家庭作业——研究市场、调查市场、分析市场、紧跟市场，知道什么是正在发生的。你必须把自己融入这个世界、这个社会、这种生意中，才能紧跟市场和趋势。你可以从新闻性杂志、报纸图片、商业新闻、电视甚至街头上发现一些线索，你也可以在图片库网站或者在与图片代理的交谈中发现一些线索。

例如，“非典”出现时，关于“非典”的主题是十分热门的，它出现在全世界的报纸、杂志上，一些聪明的图片库摄影师抓住这一主题，拍摄了许多与这一主题有关的方方面面的照片。

《职业女性》2006（左图）

职业女性的图片在商业图片库里的使用频率是比较高的，无论是在国内还是国外的图片库里，这类图片都是非常需要的。如果人物中有不同种族，将特别受欢迎（尤其是在美国这样一个多种族的国家）。这张图片曾在一家中国图片库里一个月就出租了8次。

拍摄这类照片首先要选择合适的模特，我选用的模特并不是什么专业模特，但是都是大公司的职员。拍摄前先讲明我的拍摄意图，让她们自己进行简单的化妆，然后根据我的要求摆好姿势。为了拍摄出现场光线效果，我使用了3盏闪光灯，两盏灯打向天花板，主要提高房间的亮度，第3盏灯装在相机上，主要为了给人物的脸部补光。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，24－120mm镜头，光圈 F16，速度 1/60秒。室内闪光灯，RAW格式拍摄

2.1 广告和商业类图片

商业图片库里60%的照片被使用在广告和商业上，40%用于编辑类。广告和商业图片有它自己的特点，不同于专题片，它具有更普遍的意义，不带有任何个人的情感。任何人都可以把它拿来做广告，或者是做广告的背景。也就是一张图片可以通过不同的方式来使用，它可能被用来做手机的广告，也可能被用来做教育的广告，也可能用来做一幅装饰画，或者是背板。一张经典的城市或者旅游胜地的照片并不会因为有人拍摄过就不再需要了，因为广告公司和客户永远都希望有新鲜的图片，希望有新的摄影师用新的视角来表现它的变化和发展。20年前的长江三峡和今天的三峡有着巨大的不同。那种湍急江水的三峡已经不存在，那些裸体纤夫也已成为历史，急流险滩也很难见到，取而代之的是宽阔的江面和大型的豪华旅游客轮。过去的三峡照片可能已经成为历史，这就给新一代的摄影师创造出新的机遇。从另一方面来说，一张特殊题材的照片也会有它的作用。例如，一张表现凶猛老虎的照片的用途就比一张家养的小猫的照片用途广泛。

在一个商业图片库里，使用在广告上的照片主要有几个方面：商业人像、场景、家庭人物和环境、地标性建筑、概念性的照片。这些图片都有着大量的需求。体育、创意和交通运输类的照片同样也在大量地被使用。在经过大量的研究和调查之后，我相信，许多广告使用了有白领人员工作的商业环境人像。在银行、保险和医疗机构的广告中，这类的照片被大量使用。即使是道路和交通的照片也比一张单纯的风光照片的出租频率高。简单地说，一张表现白领人员在紧张工作的图片被出租的概率要比一张表现农民在种田的照片高出许多。

商业图片库摄影包含了各种各样的主题，主要有生活方式、体育、健身、概念、创意（商业或家庭）、商业、交通运输、道路、儿童、青少年、旅游、风光、工业、抽象和背景、人物与电脑、住房、房地产、城市、城市风光、建筑、教育等。下面我们选取其中一些销售较好的类别来分析一下。

2.1.1 商业类

什么是商业类照片？这里主要指带有商业行为元素的图片，以表现白领人物及他们的工作状态、公司形象、团队精神等为主。我们知道商业范畴包括的事务非常多，大到银行、股市，小到超市、餐厅，人们的行为都会引起社会的关注，由于它涉及社会的各个方面，因此这类图片在图片库里的使用范围和频率是最高的。

商业人像主要表现人们相互关系，在某种环境下人与人之间的互动。作为整体社会的一部分，人们总是关注着他们周围其他人的举止活动。大多数这类成功的图片总是能引起受众在心理上，情绪上的反应。“人物”照片大部分要求反映人类日常生活的情景、环境，拍摄时要尽量地表现现实生活中的场景，英文称之为“life style”，即“生活形式”。图片代理对于这类照片总是

有着大量的需求。但要记住，这类人物照片一定要有被摄者的授权。如果没有肖像授权书，你的照片只能用来做插图，没有人敢用你的照片来做广告，这对你来说无疑是最大的损失。

《职场生涯》2006（下图）

典型的图片库里的商业图片，表现了东方人物在工作的状态。由于种种原因，中国摄影师一般不会拍摄这类照片，而这类照片恰恰是图片库中最需要的图片。现代社会中的白领阶层有着普遍的代表意义，这样的照片可以被任何一家公司的宣传品用来做宣传。

拍摄此类照片时一定要注意光线应符合现场光，要自然，要让人们感觉到这就是现实生活中的真人真事。图片投入图片库后，它的点击率每月都能达到几十次，有时超过上百次。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，18－35mm镜头，光圈 F11，速度 1/60秒，3只电子闪光灯，RAW格式拍摄

在一个成功的商业图片库里什么类型的图片最好卖？那就是商业人物。每年在全国乃至全世界有着成千上万的广告公司要用这一类型的图片来做广告，他们付出最高的价钱来租用他们认为合适的照片来宣传厂家或者公司的产品。尽管这些广告公司或者是商家可以雇佣摄影师来拍摄自己需要的图片，但是去图片库租用一张合适的照片的费用要低得多。

通常，要拍摄一张满意的照片，公司的付出是巨大的。首先，他们要有好的创意。然后，要寻找合适的摄影师，我们知道，如今的社会分工越来越细，不是说你是摄影师，你就什么照片都可以拍，一个新闻摄影记者可以拍广告吗？不行。就算你是一个广告摄影师，你的专长是拍摄时装，也未必可以把产品拍好。而且即使都是拍摄同一类型的广告，但是每一个人的风格不一样，拍出来的照片也是不一样的，因此对于一个广告公司或者商家来说，寻找一个合适的摄影师并不是一件简单的事情。即使摄影师找到了，那么化妆师，搭建场景也需要时间和金钱，如果要使用实地的场景，那么还要考虑到气候、天气等因素，这样的花费无疑是非常巨大的。可以毫不夸张地说，一张好的广告照片的拍摄过程就如同拍电影一样。好的创意，好的策划，演员、化妆、拍摄、场景缺一不可。

广告商不希望自己的照片有一点差错，他们希望用漂亮的人物来传达某种思想、情绪，给予观众某种暗示。专业的摄影师一般会选用专业的模特，因为这些模特可以在照相机前非常自如地表演，他们有自信，你只要稍加启发，他们就可以按照你的意思做得非常完美。这么说吧，如果选择专业模特，你一天可以拍摄40张可销售的照片，但是如果选择业余模特，你大概只能拍摄20张有用的照片。因为你总是要告诉他们，需要他们做什么，怎么做。除了模特外，化妆师、服装等也是非常重要的。如果在室外拍摄，提前考察外景地也是必须的。

所有的模特、化妆师、道具场地都要花费一大笔钱去雇用。作为一个新入行的摄影师来说，你要考虑的是你的投入和你的产出是不是可以成正比。我建议新入行的摄影师先找一些业余模特来练习，不必在金钱上投入太多。

总之，在你拍摄这类照片之前，好好地研究一下市场，看看自己是否能把握住市场，是否可以拍出市场需要的图片，然后再投入。毕竟拍摄一天要花几百元钱，但是这些投入比起拍摄风光来说应该是小的。

《办公大楼里》2008（左图）

选择模特、场景、服装是拍摄商业环境人物的关键。这张照片是在一所学校的大厅内拍摄的。由于大厅较大，打灯不容易，因此选择了自然光拍摄，为了避免照片拍虚，使用了ISO 400的感光度。

摄影师：陈小波

拍摄数据：尼康D300，18－200mm镜头，光圈F5.6，速度 1/30秒，室内自然光，RAW格式拍摄

随着图片库里的图片不断地增多，广告公司和商家可以在那里轻易地找到他们需要的照片，他们为什么还要花钱去自己拍摄呢？除了那些要用自己产品来做广告的客户，从整体上来说，自己花钱来拍摄广告的商家从全球范围来说会减少。

对于一个商业图片库来说，商业人物类图片永远不会太多，打开Getty image、Corbis及其他一些国外图片库的网站，你会发现它们都有几十万张这方面的图片。而中国的商业图片库里这类照片就非常少了，有的可能有几千张，有的只有几百张，也有的没有这类图片。对于中国的商家和广告公司来说，他们为了本土化而急需这类照片。

2.1.2 创意概念性

注意，我这里说的概念性与艺术摄影中的观念摄影和行为艺术没有关系，它们是两个不同的概念。按照行业专家的说法，概念性的照片也许是最重要的主题。在过去的10～15年中，它是图片库摄影中发展最快的一个摄影门类。什么是“概念”摄影？这是非常难准确定义的，而且中国摄影的定义与外国又不相同。我们常常用创意一词代替概念。它不像旅游摄影、人像摄影、自然摄影、风光摄影那样让人一看便知，这一主题更多的是包含一种情结、感觉、思想或符号。

当你要为图片库拍摄这种照片时，先应决定什么样的概念是你要表达的，照片表现了什么？象征什么？看看以前发表过的这一类照片，看看国内外大型图片库里的这类照片，你会受益匪浅。如果你有兴趣拍摄这类照片进入广告市场，你应该多搜集些当前的广告，分析他们是怎样使用这类照片的，理解光线的使用和色彩的应用。这类照片的主题并不重要，重要的是摄影师要把自己所思、所想，通过自己的图片传递出去。

这一类型图片的范围非常广，从一个典型的家庭生活到异国生活的风味，从超市里售货员与顾客的对话到小镇里的人们，小到扑克牌、中国结，大到一个国家和全球市场，看上去是没有限制的。更重要的是，你不必为跑到遥远的新疆、西藏或国外的一些地方去拍摄你想要的照片而投资，在居室里，在你居住的城市，你就可以创作出这一类照片。

《古老的计算》2004（左图）

这张照片看上去是非常具象的，但是编辑可以把它当作抽象概念来使用，它可以用做某种象征的意义。我不知道大家注意到没有，这张照片如果送到图片库里很可能会被拒绝，因为它有一点不符合图片库的要求，在图片中右下角有生产厂家的商标。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F8，速度1/125秒，室内闪光灯，RAW格式拍摄

《储蓄罐》2006（左图）

这张图片被不断地使用在银行的宣传册中，金融公司的产品说明书中，杂志和报纸关于金融类的文章中。它给人的提示就是要人们储蓄和节俭，当你有钱时要想到你可能会没钱，也要想到子女的教育基金，想到自己的老年。这是非常符合中国人的传统习惯的。

图片本身无论从用光或者是构图上都没有什么吸引观众视觉的亮点，也没有我们上摄影课时要求的光影效果，但是在图片库里却是一张不错的畅销照片。因为它表现了一个人们在日常生活中常常能见到的，符合人类习惯的场景。当然，摄影师也可以把这张图片拍摄成具有非常好的光影效果的构图，但是那也许并不是日常生活中人们常常能见到的自然景象。

这张图片是在一个明亮的厨房里拍摄的，利用窗户外射进的明亮阳光，加上反光板，并使用大光圈使背景虚化。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，80－200mm镜头，光圈 F4，速度 1/250秒，室内自然光，RAW格式拍摄

2.1.3 生活形式图片

父母与孩子、老人与小孩，能够反映家庭生活类的照片。有各个国家、各民族特征背景的图片往往能使观众联想到自己的亲人与家庭。这类照片常常用于保险公司、银行、旅游等行业的广告中。如今社会已经进入到了老年化阶段，老年人的群体越来越大，并引起金融界的关注。因此有关老年人的照片也使用的越来越多。

翻开市面上各种各样的通俗杂志和出版物，你会发现这种生活类的照片占了绝大部分的配图，从婴儿到成人、从单人到家庭、女性和男性、爱情、悲哀、欢乐等。你可能认为这些照片都是街头抓拍来的，任何摄影师都可以拍出相同的照片，但是我可以告诉你大部分的照片都使用了模特，摄影师在拍摄前都经过了周密的计划：研究市场、设计图稿、挑选模特。他们决不会到大街上去寻找猎物，或者是守株待兔。如果你仔细地观看这些照片，就会发现这些生活形式和人物的照片拍摄的都非常的严谨——漂亮的模特、时尚的服装和发型、完美的用光，虽然不是一张艺术照片，但是你一定挑不出什么毛病来。这些照片正是你生活中经常遇到的场景，但是如果你在生活中去抓拍，你的照片永远会有那么一点点不足。

虽说这类照片在图片库里的销售最好，但是要在图片库里找到这类图片并不容易，相比于风光旅游类的图片，生活形式类的图片是太少了。这可能有两个原因：一、中国的摄影师不喜欢拍摄这类题材的照片，他们对这类照片有偏见，认为这类照片不是艺术，没有品味，不注重光影的效果；二、这类照片的拍摄可能是摄影题材中比较困难的，虽然生活形式和人物的照片通常都使用135相机来拍摄，但是一幅成功的照片却不是随意可以得到的，尽管对于一个摄影师来说摄影的技术在此类照片中并不难以达到，但是怎样体现风格却是摄影师不太好掌握的。拍摄这类照片需要摄影师提前设计好图片的场景、模特、用光、构图，还要和模特签约，种种这些使得摄影师望而却步。也就使得摄影师放弃了一个挣钱的机会。

《情侣》2006（右图）

生活中年轻男女是摄影师表现的一个主题，也是人们注意的一个焦点。

拍摄时是阴天，又使用了长镜头，为了照片的清晰度只好使用了大光圈，快速度。由于景深太小，自由女神像的轮廓不是很好。

由于是抓拍，受到了一些条件的限制，有时候不能很好地表现出摄影师内心当时所要表达的情感。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，80-200mm镜头，光圈 F2.8，速度 1/250秒，富士Velvia反转片

拍摄提示：

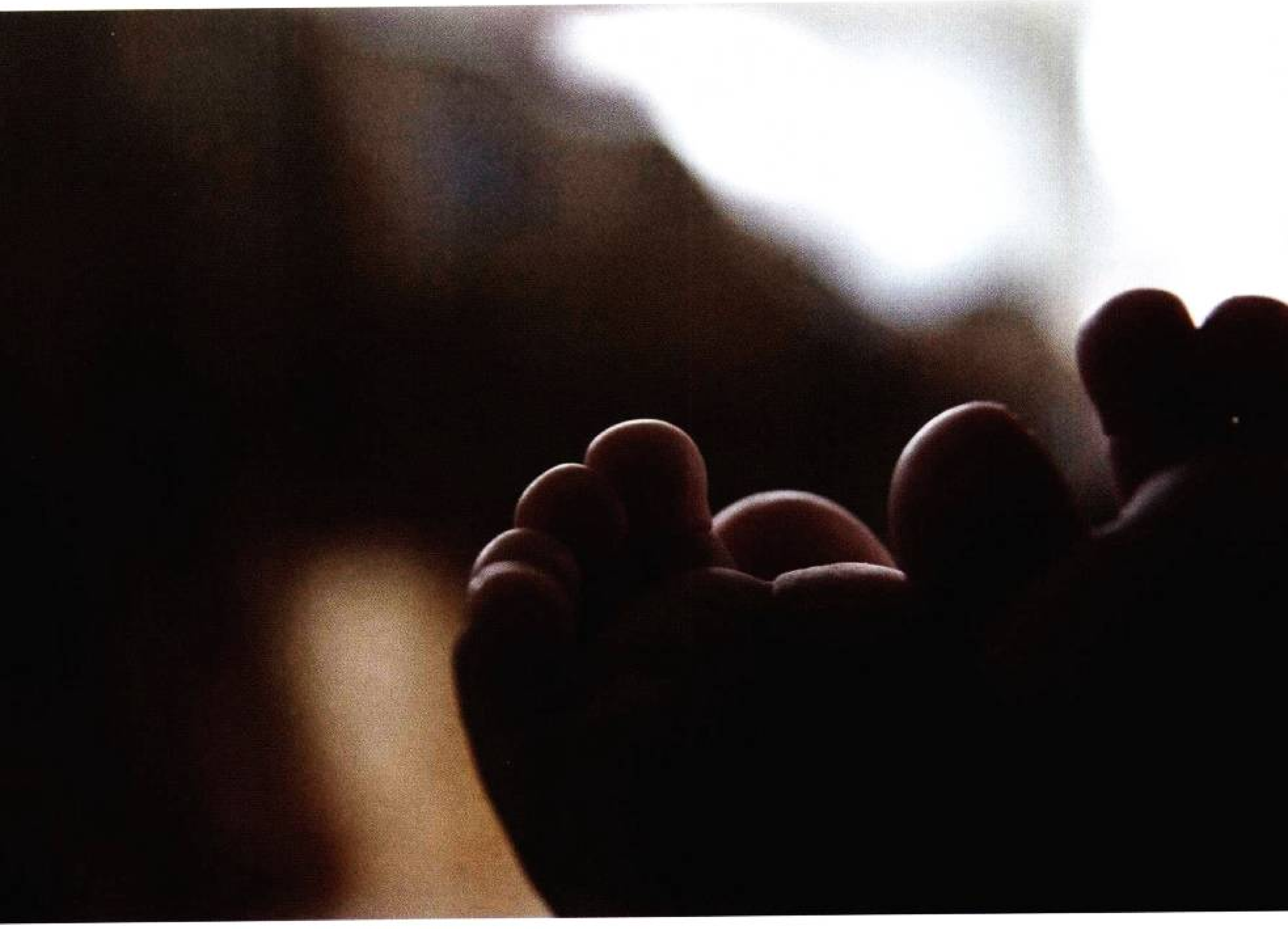
使用业余模特对于一个想入行的摄影师来说无疑是最好的方法，因为这些人在还没成为模特之前很需要好的照片去展示自己，你可以通过一种交换的形式，为他们拍一些他们需要的照片，然后再为自己拍摄你需要的商业照片。如果你是一个很外向的摄影师，与人沟通大概不是什么问题，你可以随时寻找你自己需要的模特，在任何活动的场所，朋友的聚会上，给你相识的人留下一张名片，但是这样的方法未必都会有结果，1/10的人会给你打电话就很不错了。

肖像权确实不是一个很好解决的问题。如果你在外地拍摄，又想在拍摄的场景中安排一个人物，可能只能在当地选择一个临时的模特，人家可能非常愿意做你的模特，但是未必愿意和你签模特肖像授权书。你唯一的办法就是很好地和他沟通，尽量说服对方。

记住：作为一个图片库摄影师，应该随身携带模特肖像授权书，否则，当需要的时候你会后悔的。记得有一个朋友回老家去拍摄了许多照片。这些照片被送到图片库后，编辑告诉他，他们选择了一部分图片，其中有人物出现，需要模特的授权，否则不可能将图片放到图片库里销售。在没有办法的情况下，他只好坐火车又回了一趟老家，让他照片里的人物签模特肖像的授权。

最好的方法可能还是让你的家人、父母、孩子、兄弟姐妹或者朋友来当模特，这样肖像权就不会成为问题。图片库里生活形式的照片正趋向于使用一些普通的人物来当模特，无论是老人还是儿童，是女性还是男性。因为拍摄这些人可能更趋于自然。需要注意的只是不要把图片库的照片拍摄成一张家庭的合影。

拍摄生活形式的照片其实并不容易，我曾看过不少初入道的摄影师的作品。这些摄影师常常还没有很好地理解什么是生活形式的照片就开始拍摄了，结果是他们拍摄的照片很少能被客户选中。如果你是一个非常严肃的摄影师，也很喜欢拍摄人物，那在打算为图片库拍摄之前，你应该好好研究一下图片库里这类照片是如何拍摄的。多看一些市场上流行的时尚杂志，那里都用些什么样的照片，尤其是模特的选择。



《一双小脚丫》2005（上图）

婴儿的一双脚丫总是会让人感到愉悦，任何人看了都会喜欢，产生一种想抚摸的愿望。这类图片有着广泛的市场需求，可以被用来做婴儿奶粉的广告，也可以用来做儿童用品的广告，还可以用作报纸、杂志里关于母爱的文章配图。总之用途是非常广泛的。

我的一个摄影师朋友拍摄了这张照片，而且他还拍摄了许多关于儿童的图片。但是他除了给客户拍摄他们需要的照片以外，从来没有想过这些照片还可以放到图片公司里去给他带来经济效益。

摄影师：张雪峰

拍摄数据：尼康D200，24-85mm镜头，光圈 F4，速度 1/60，自然光拍摄

《纽约马拉松自行车赛》1998（上图）

体育运动不仅仅要表现运动员的胜负，更重要的是表现体育的竞争，那就是他们的拼搏向上、永远不服输的精神。它代表了人类永远的追求。

拍摄这张照片时使用了追随拍摄法，这样使得背景更加虚化而主体显得更加突出。但是胶片冲出来后觉得不是很理想，因此后期在Photoshop里使用了模糊工具让背景更加虚化。

摄影师： 陈小波

摄影数据： 尼康FM2，80－200mm镜头，光圈 F5.6，速度 1/250秒，富士Velvia反转片

2.1.4 体育与休闲

这是另一类图片，这类图片主要用于传播各种信息，并不一定要表现照片拍摄的体育运动本身。图片的买主可能使用体育图片来表现力量、速度、魅力、团队精神、齐心协力、忍耐力、坚毅等一种精神上的力量。真应该感谢电视的发明，它使全世界的人们都能看到各种各样的体育运动。从体育的精神到社会的各个角落，我们都可以看到关于体育的照片已经成为世界性的语言。图片库摄影师如果能意识到这点，就不会只把镜头对准胜利者了。运动类图片，在图片库中的销售也是占有一定比例的。特别是那些反映运动精神的图片很受欢迎，图片中会含有很多引申的意义，积极、上进、突出运动精神，坚韧不拔的毅力，图片给人传达的不仅仅是视觉上的冲击，更重要的是图片表达的深刻内涵，使人明确其中的含义，这种运动类的图片就有一定市场。

拍摄运动类型的图片要求比较高，有两种方法。一是在现场拍摄，利用现场光线，拍摄运动会、体育比赛等。由于这类照片属于现场抓拍，经典的瞬间也许只是百分之一秒就会过去，摄影师必须有着娴熟的技术、丰富的经验，才能抓住最能表现运动竞技的时刻，拍摄出的图片才能感人，成为不朽之作。由于是在运动会或者体育运动的现场拍摄，摄影师不太可能拿到人物的肖像权，因此这类照片主要在杂志、报纸、网站上作为一种纪实照片使用。还有一种拍摄方法是用模特装扮成运动员，在室内或者是室外拍摄。这类拍摄要求事先做好策划，选取场地，挑选模特，准备服装等。在拍摄时要抓住的经典瞬间，拍摄出的图片要富有动感，如果失败可以重新来，直到拍摄成功为止。由于这样拍摄的图片有肖像权，因此很多广告公司、企业都喜欢用它来做广告。虽然投资很大，但是由于回报也很高，很多大型的图片公司都喜欢拍摄这样的照片。

随着人民生活水平的不断提高，对休闲类照片的需求正飞速地成长。对表现人们在打高尔夫球、网球等休闲运动的图片，广告公司可以用它们做产品的广告，旅游类杂志、图书可以用做插图。当然不要忘记拍摄具有中国特色的运动，如太极拳、踢毽、武术等。这些都具有明显的中国特征，外国的图片使用者非常喜欢这类图片。

除了上面提到的，还有滑雪、徒步旅游、自行车、滑板、登山等休闲运动题材。

《全民健身迎接奥运》2007（下图）

健身活动有着各种各样的形式。清晨，群众自发地聚集在一起打太极、跳舞、扭秧歌、打球等，这种群众性的体育活动在我国的各城市都有。这是一种中国特有的全民健身运动。如果摄影师想拍摄这类照片，很容易就可以发现这样的题材。但是摄影师应该注意的是，拍摄时要尽量避免拍摄到运动人物的脸，因为一旦拍摄到了人脸，摄影师又没有肖像权授权，这张照片就不能用在广告或者是宣传品上了。如果你实在想拍摄有人物脸的照片，那只能聘请模特了。如果你从群众的正面拍摄，建议不拍人物的脸，而只拍摄人物的肢体，因为这时候肢体语言就可以说明问题。

这张图片由于没有拍摄到人物的脸部，因此它可以使用在广告和宣传册上而不会产生肖像权的问题。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，24-70mm镜头，光圈 F11，速度 1/125秒, RAW格式拍摄

《草原上的摔跤》2007（上图）

草原上的摔跤是一种民族体育运动。拍摄时怎样把握用光、构图难度确实比较大。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，24-70mm镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，RAW格式拍摄

2.1.5 旅游风光

旅游、风光摄影在图片库摄影中占了一定的比重。例如，一张少数民族妇女穿着本民族服装的照片可以用在一本服装书中作为插图，也可以用于去当地旅游的画册中。一家航空公司也许需要一张拉萨的风光照片来为它开展到这一城市的航空服务做广告，这张照片也可以用于当地的宣传手册。

这一类照片实际上可以用到许许多多的地方，旅游公司目录、杂志、手册、挂历等。由于图片库里可以找到全球各地的照片，因此旅游照片已经越来越少地委托摄影师去拍摄。考虑到吃、住、行的费用和季节、气候的影响，拍摄费用巨大。这样就使得图片库成为这类图片需求者的第一考虑。同样，由于旅游风光的图片是各种图片中最多的，这类照片的竞争也最激烈。试想，哪一位中国风光摄影师没有拍摄过长城？又有哪一位到中国访问的摄影师没有拍摄故宫的照片？如

果我需要这一题材的照片，只要打几个电话，相信在一两天内，我的办公桌上可以堆上几千张长城的照片，它们有着不同的视角、不同的光线以及春、夏、秋、冬不同气候条件。

因此，这类照片的竞争是最激烈的，但它在图片库整体的销售中所占比例并不高。而且这类照片一般都要被做成精美的产品，所以图片使用者对图片的质量要求很高，许多图片库要求摄影师提供120的反转片或者是高端数码相机拍摄的照片，这无形中增加了摄影师的开销。

实际上，旅游与风光照片并不完全一样。风光照片可以单张地使用，可以用作广告的背景、宣传册，也可以用作创作的素材；而旅游类图片包含的范围更广，它主要表现一个旅游景点的吃、住、行等各个方面，这样的图片主要用在杂志报纸和图书介绍上，很少用在广告和企业的宣传上。旅游风光照片是比较难拍摄的，主要是因为需要天时、地利、人和。因此摄影师需要有耐心才能拍摄出好照片来。

《清西陵》1985（左图）

清西陵虽然也是皇陵建筑，但是在中国整体文化和古建筑里的名声却不是很大。比起故宫、天坛这些著名建筑来说，这类图片大部分是文章、杂志里的配图，而很少被用来做广告。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，24mm镜头，加偏振镜，富士Velvia反转片

《漓江》1995（左图）

那年我回国给一家美国公司拍摄中国风光。虽然漓江山水是一个中国特有的地质地貌，且是被称为山水甲天下的旅游胜地，但是比起长城、故宫、天坛这些名胜古迹来，它在图片库里的销售却不理想。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫V型4x5照相机，90mm镜头，光圈 F22，速度 1/30秒，富士Velvia反转片

2.1.6 学校与教育

这一主题不仅包含了从小学到大学的课堂教育和学校生活，也包括各种的专业训练学校，家庭教育，学生的课后生活、学习情景、毕业典礼，甚至博物馆、画廊的学习教育。

《幸福的时刻》2007（上图）

每个大学生在毕业的那天都会是异常兴奋，他们结束了4年的大学生活，就要走进社会。这类图片既可以作为报纸杂志的配图，也可以用来做广告宣传。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，28-70mm镜头，光圈 F8，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

《艺术学校的学员们》2007（右图）

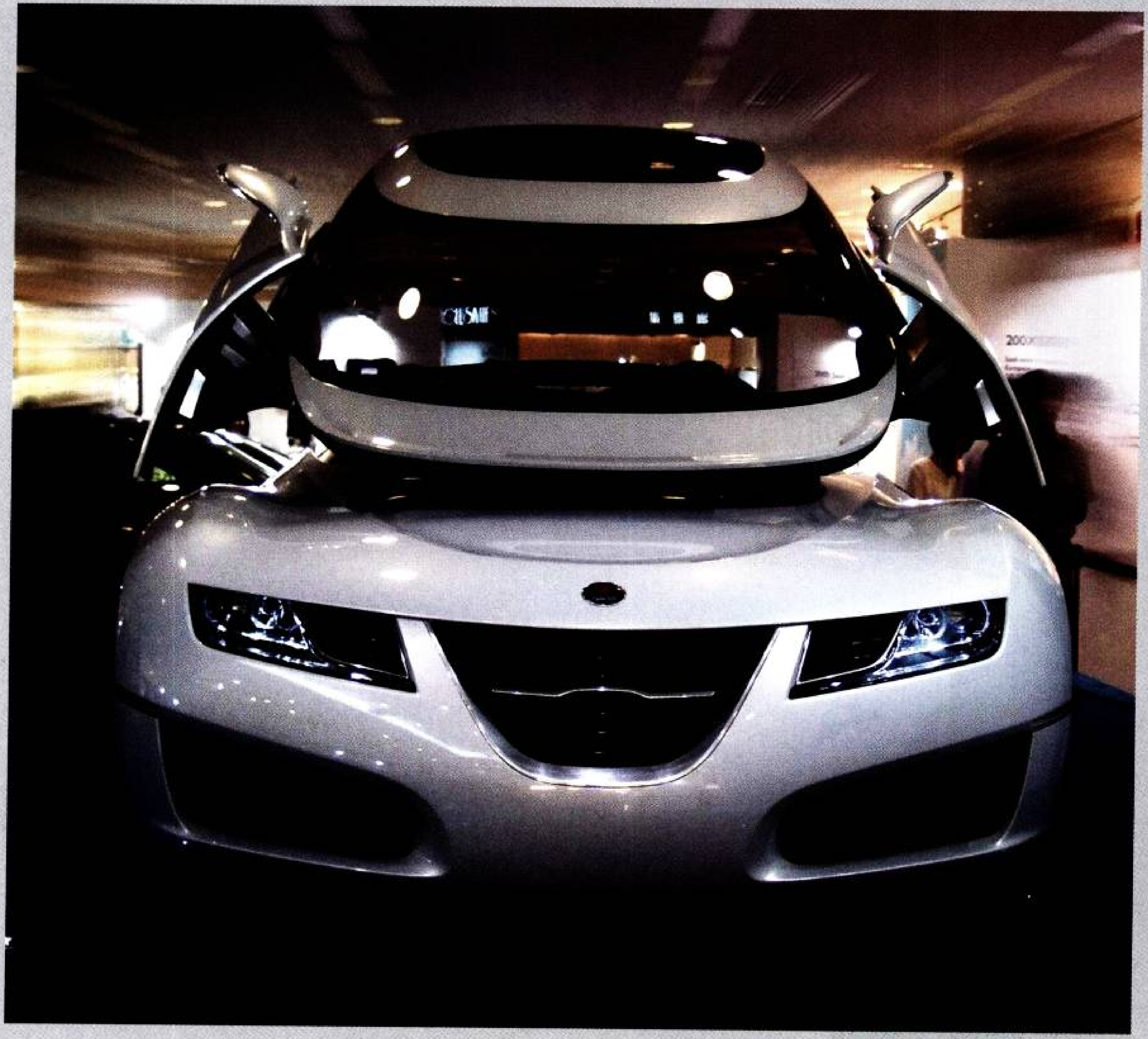
学生们在课间休息。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，28-70mm镜头，光圈 F8，速度 1/60秒，RAW格式拍摄

2.1.7 时尚

并不是所有的人都能很清晰地理解这个词的含义，我认为所谓时尚就是一种即将到来的趋势（Trends）。如果你对时尚很关心，那你就可以拍摄这类照片，这类照片包含的范围很广，如年轻人、服装、汽车、手机、掌上电脑等，只要是高科技的东西似乎都与时尚有联系。

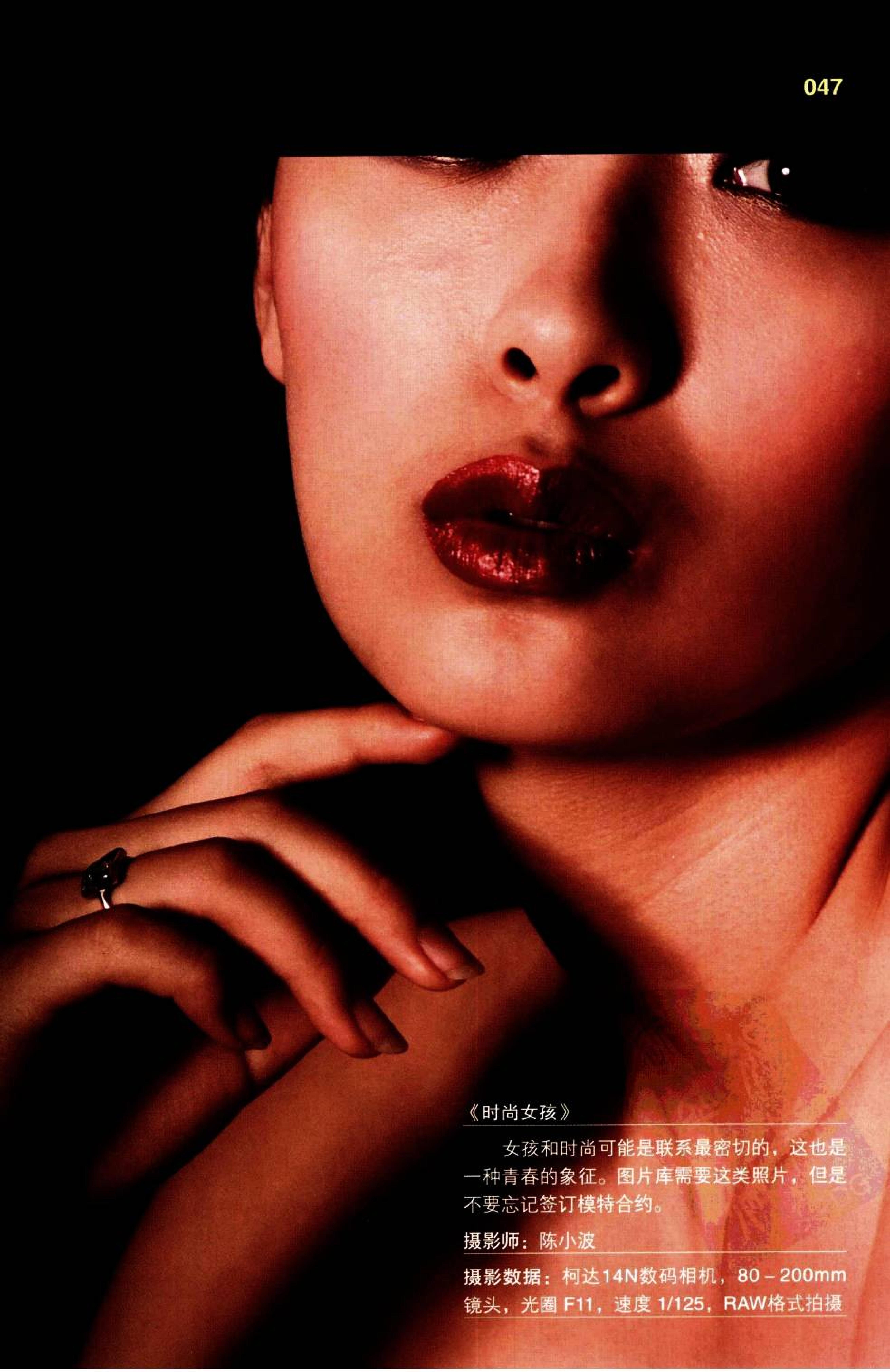


《时尚汽车》2007（上图）

时尚的照片对于报纸、杂志来说是非常重要的，但是这类图片的寿命相对较短。因为我们都知道既然是时尚，它们就是永远都在变化的。

摄影师：陈小波

摄影数据：：佳能1DS MARK II，24-70镜头，光圈 F8，速度 1/30秒，RAW格式拍摄



《时尚女孩》

女孩和时尚可能是联系最密切的，这也是一种青春的象征。图片库需要这类照片，但是不要忘记签订模特合约。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/125，RAW格式拍摄

2.1.8 工业题材

这一类型的照片从整体概念来说，应该是“生产中的世界”，如工厂、建筑、农业或者是服务性行业等。作为图片库的照片，工业性图片如果具有普遍性的意义，而没有特殊的地域或公司的标志，它被出售的概率是相当高的。例如，一张高质量的燃烧炉的照片对许多需求者来说，可以是“重工业”而不是“匹兹堡的钢铁工业”；一张上海港集装箱码头的照片，可以解释为世界运输界的今天，用在世界各地，而不仅是上海码头。由于这类题材和工人、农民、工程师、工业科学家紧密地联系在一起，它们的需求量是巨大的，而拍摄这类题材的摄影师又少之又少，因此往往这类题材的图片容易出售。但是记住，当你拍摄时不要忘记与模特签订合约。否则这些图片只能被用来作为编辑类图片，而减少了它们的回报率。

《建设中的三峡大坝》2005（上图）

工业题材的照片包括范围比较广泛，它反映了国家的建设，经济的发展，但是要注意的是有些题材是有时效性的。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

《铝厂》1983（上图）

表现繁忙工作场景的照片并不多，而好的照片就更少，但是这种照片却有很大的需求。当然选择什么样的工厂拍摄可能会对摄影师照片的销售有很大影响。轻工业产品的图片就比重工业产品的图片好销售。

摄影师：陈小波

摄影数据：玛米亚RB67，50mm镜头，光圈 F11，速度1/15秒，富士Velvia胶片

2.1.9 食品

食品类图片包含的范围非常广泛，有中餐、西餐、水果、蔬菜、饮料等。有的图片库摄影师专门拍摄食品类的图片，然后将它们投放到商业图片公司里。国外还有专门的食品图片公司，他们只经营有关食品的图片，在那里客户可以找到全世界各个国家的食品图片。随着人们的生活水平不断提高，人们也越来越多地关心美食和健康食品。各类报纸、杂志和书籍也有越来越多的文章介绍美食和烹饪。因此图片库对于食品方面的图片都很需要。

中国有句古话，叫做“民以食为天”。当中国的经济还不十分发达的时候，人们还不会去关注饮食的问题。但是随着经济的飞速发展，商品流通的活跃，从小吃到大餐，从报纸到电视，人们越来越关注饮食问题了。

《北京小吃》2004（上图）

也许这是我所拍摄过的食品图片中最差的一张（从摄影的角度来说），但是这也是我在图片库里所有关于食品的照片中卖得最好的一张。在过去的两年中，它已经被卖出数十次了。它不是一张很好的图片，但是它是一张市场需要的图片。

有一次和朋友一起去吃北京小吃，当时随身带了一台小数码相机，只有400万像素，不知道是什么灵感来了，总觉得这样的照片可能会有用，随手就摆了一下盘子和碗的位置，利用自然光拍了几张。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康小数码相机，400万像素

《意大利面和沙拉》1994（上图）

这是在纽约给一家意大利餐厅拍摄的照片，由于当时签署的合同说明版权属于摄影师，因此我将它放入图片库里了，这张图片在国外卖得很好，而同样的西餐照片在中国销售就不是很好。

这就是文化的差异，如果你是一个图片库摄影师，你的市场在中国，那我建议你最好还是多拍摄一些中餐的图片，那将会给你带来更多的经济利益。

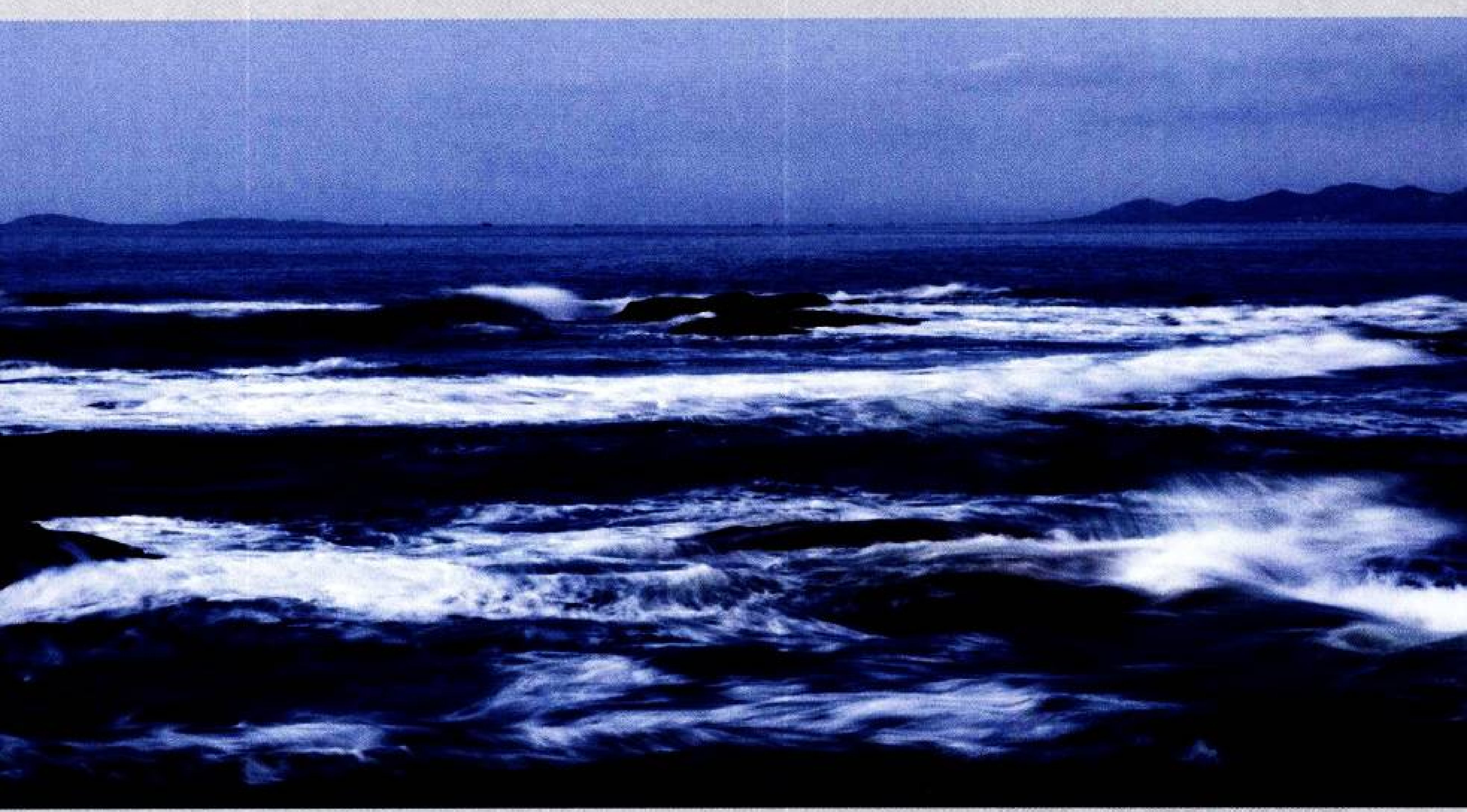
摄影师：陈小波

摄影数据：玛米亚RB67，180mm镜头，光圈 F22，速度 1/125秒，一盏闪光灯加柔光罩。加反光板，富士Velvia反转片

2.1.10 抽象与背景

背景照片的使用是非常广泛的，从广告公司到设计公司都有可能应用这种照片。记得曾经在美国看到一本叫《最卖钱的照片》的书里面写道："我卖得最好的一张照片是云彩，我卖得第二好的照片还是云彩。"你相信吗？不久前，一个在图片库工作的编辑朋友告诉我，他们刚刚出租了一张用作背景的云彩照片，出租费用是1万多。

可以做背景的照片有很多，如日出、日落、行云、流水、大片的野花、连绵不断的山峦，这些都是不错的表现一种概念的背景图片。作为一张背景图片主要是要传递某种情绪、某种意念，要能引导观众。当然，这种照片在图片库里有许多，因此摄影师不能把拍摄这样的照片当作他的主业。



《海浪》2007（上图）

这是一张很好的背景图片，蓝色的海水，白色的浪花，可以用作任何企业或者公司的广告，宣传品的背景图案。这张照片在上传到图片库的第一个月就被下载了10多次。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，24－70mm镜头，光圈 F22，速度 20秒，三脚架，为了延长曝光时间，加偏振镜和中灰滤色镜，RAW格式拍摄

《云彩》2006

云彩是用来作为图片背景的一种素材，摄影师应该留意到，如果有好的云彩一定要及时拍摄下来。你可以把这些图片放到图片库里，也可以用它来合成自己的照片。类似的云彩图片已经在不同的图片库被下载了上百次了。

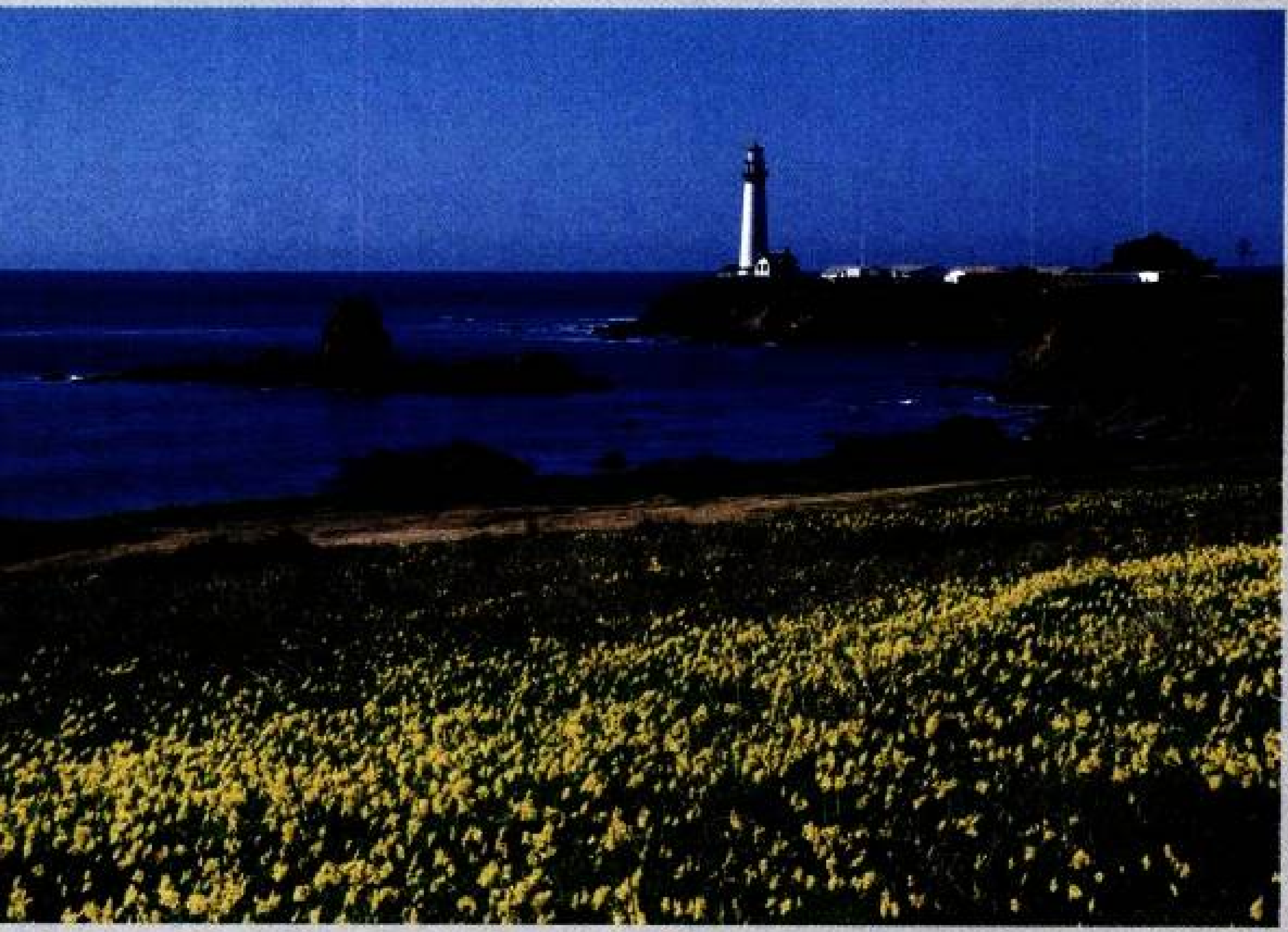
摄影师：陈小波

摄影数据：摄影数据：佳能1DS MARK II，光圈 F16，80-200mm镜头，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

如果细分下去可能还会有许多主题，在这里就不一一详述了。你不可能选择所有的题材来拍摄，应该选择你感兴趣的题材，当然，还要考虑你选择的题材是否有市场需求。在十几年的图片库摄影生涯中，我常常发现，大部分卖钱的照片，可能与摄影师的喜好并不一致。这种情况可能是一个非常普遍的问题，这时摄影师本人就要做出一个正确的抉择，你是需要用你的图片来挣钱，还是只想把摄影作为一种爱好。

作为一个图片库摄影师，如果想进入这个市场，你就应该时时注意到未来的趋势。当计划为图片库拍摄时，如果能预见到未来的趋势，你就能延长你照片的寿命，让你的照片创造出更多的利润。例如，由于社会老龄化，50岁以上的人会越来越多，由于生活水平的提高，这批人将成为很大的消费群体，公司就会将目光对准这一群体，而这样一来，对这批人的照片需求也会越来越多。同样的道理，随着高科技日新月异的发展，对高科技照片的需求量也在快速地增长。如果今天你发现电视里谈论沙漠增长的速度加快了，那么你就应该多拍摄一些关于环境的照片。对于图片库摄影师来说，快速地更新自己的图片库存，跟上社会的变化是生存的必要条件。

了解图片库摄影的主题对于一个商业摄影师来说仅仅是进入图片库的一个步骤，你可以从电视、收音机、报纸、杂志各方面发现什么样的图片目前可能是市场需要的。你也可以通过经常与图片公司的老总、图片编辑聊天来了解什么主题的图片是图片库缺少的。



《萨塔莫尼卡的灯塔》1988（左图）

春天里的油菜花和远方的灯塔构成一幅美丽的图画。这类图片主要用作公司的台历、挂历以及插图。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，28mm镜头，拍摄数据不详

这里有一张美国2005年商业图片库照片作为广告和商业图片使用的比例列表（见表2—1）。通过这张列表我们大概可以发现什么主题的照片是最好卖的。当然，这只是对于商业图片库来说，而对于主要经营编辑类和新闻图片的图片库来说，情况可能完全不同。

表 2—1

生活方式	13.91%
体育、健身	8.71%
概念（商业、家庭）	8.41%
商业	8.05%
交通运输、道路	5.78%
儿童、青少年	4.75%
老年人	4.50%
旅游	4.15%
自然	3.86%
传播	3.32%
工业	3.30%
水	3.29%
风光、其他	2.78%
抽象和背景	2.74%
人物与电脑	2.43%
住房、房地产	2.28%
山、树、沙漠	2.26%
动物	2.14%
其他人物	1.92%
城市、城市风光	1.90%
旗帜	1.61%
健康、医疗	1.51%
建筑	1.36%
科技	1.26%
教育	1.25%
农业	0.97%
日出、日落	0.61%
娱乐	0.28%

通过这个数字我们不难看出，在商业图片库里什么主题的图片好卖，而什么样的图片不容易卖。当然这只是美国的一个统计，也许可以代表欧美市场，但是并不一定能代表中国市场。有一点是肯定的，尽管在中国的图片库里没有人做过这样的统计，但是所有的图片库里都缺少生活形式、概念性和商业人物的图片的确是个事实。

《今日三峡》2005（上图）

25年前我曾去过三峡，和那时相比三峡有了巨大的变化，那时拍摄的照片现在已经成为历史，没有人还会使用一张20多年前的照片来介绍今日的三峡，这无疑给年轻摄影师创造了新的机会。

这张图片被放到一家图片库里已经两年了，它的销售情况令我很满意。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，18－35mm镜头，光圈 F16，速度 1/60秒，RAW格式拍摄

《围棋》2007（左图）

一张创意性很强的图片。棋艺可以修身养性，也可以看作战场上的搏杀，金融公司常常拿这类图片来做广告，银行也经常用它们做宣传小册子。

摄影师： 陈小波

摄影数据： 柯达14N数码相机，105mm微距镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，一盏闪光灯加柔光罩，光笔，RAW格式拍摄

图片库对于创意图片的需求是非常大的。这种照片主要传递一种信息，一种情感，也可能是一种观念。广告可以用它做背景，编辑可能用它做某一篇文章的配图。

生活形式类的照片在图片库里出租的比例是最高的，但是我们不难发现，在国内很少有摄影师拍摄这类题材的照片，除了我前面说到的两个原因外，拍摄有一定的难度也是因素之一，因为这类照片都是以人为主体。雇用模特、签订合约可能都是摄影师不愿意做的事情，因为摄影师对自己的产品并没有信心，不相信他们的图片可以为他们带来经济上的利润。

拍摄生活形式、创意类和商业类图片，对于一个摄影师来说是投资较小的，摄影师在他自己所住的城市就可以拍摄，而没有必要花大把的银子到遥远的地方去拍摄。他们可以利用自己的亲戚朋友做模特，而许多的创意类照片也不一定需要人物做模特。

如果你的兴趣只是拍摄风光，那从上面的表格中你会发现，你的市场是很小的，它大概只占整个商业图片库市场的百分之2.78%。比起图片库里其他门类的照片，拍摄风光照片的投资要大得多。当然，很多摄影师可以从中享受拍摄的乐趣。

教育类的图片在很多图片库里是很受欢迎的，但是并不是所有的图片库都有许多这样的照片。娱乐性的照片在商业图片库里可能销售得不理想，但是在新闻图片库里它们却能让摄影师获得可观的收入。

如果你想进入图片库摄影，先仔细地研究一下前面的那张列表，找出你能拍摄的题材，这样，才能获得不错的效益。

《飞翔在蓝天》2007（上图）

航空属于交通类的图片，这类图片在图片库里也有很强的需求，但是由于这类图片较少，在一般的图片公司里不太好找。而拍好这样的照片也不容易，因为摄影师不能控制拍摄的条件。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/500秒，RAW格式拍摄

2.2 编辑类图片

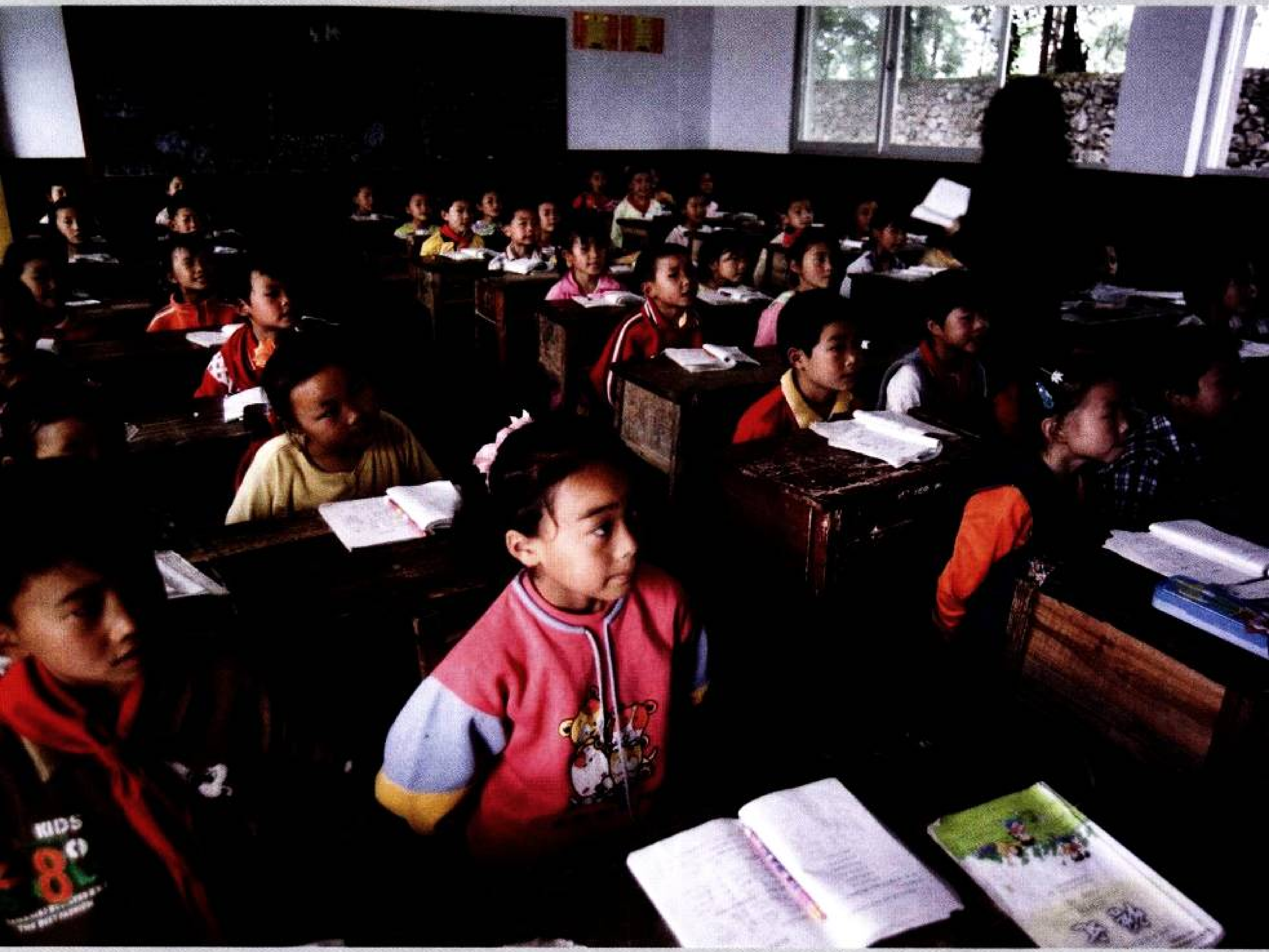
主要出租编辑类图片的图片库，被称为编辑类图片库。这类图片库的用户主要是杂志社、报社、出版社以及网站等。这类图片主要是用来作为文章的配图或者教科书的插图。

我们知道不是所有的图片都适合做广告，但是几乎所有的图片都可以用来做插图。这是因为报纸杂志里的文章、图书里的故事、网站上的图片涉及方方面面：古今中外，艺术到文化，社会到人类等，可以说是包罗万象。编辑类图片库与商业图片库的主要区别是针对的客户不一样。它在图片的搜集上要更加广泛。所有在商业图片库里的图片题材在编辑类图片库中可能都有，而某些不适合做广告的图片在编辑类图片库里也可以发现。例如，出土文物的照片一般是不会用来做广告的，但是在历史教科书中它们却被大量地使用。纪实性的照片、专题图片都很难在商业广告中使用，但是在报纸杂志上却被多次应用在文章里和故事中。

一张图片被使用在编辑类还是商业广告中并不是由摄影师决定的，那是市场决定的，但是摄影师在拍摄照片时应该预测到自己的图片大概会被使用在什么地方，是商业广告，还是配图。在大体确定了照片的使用范畴之后，摄影师才能知道如何去拍好这张照片，在用光、构图上按照市场的需求去拍摄照片，这样才能使照片给摄影师带来最大的经济效益。

我常常碰上一些新入行的摄影师提出这样的问题，我拍摄的有关人物的照片放到图片库去出租是否有肖像权的问题。由于是编辑类的图片，这些图片通常被用在报纸杂志和出版物上，如果图片中出现了人物，在这里是不需要这些人物授予你肖像权的。摄影师不必为肖像权的问题负任何责任，也不必取得背景中出现的楼房等的财产授权书，因为照片的使用本身不是一种商业行为。但是我建议摄影师在拍摄带有人物的照片时，应与模特签署肖像权协议书，这样照片无形中就增加了它本身的价值。这种照片即可以用来做文章的配图，也可以用来做广告。

在另一方面，编辑类的图片出租费用要比商业广告的图片低几倍，几十倍，甚至上百倍。一张同样的图片当它被用于配图时在欧美市场可能只值100美元～200美元，但是如果被用于商业广告上却可能价值一万美金。这就是它们的差别。同样在中国市场也是如此，一张编辑类图片可能只值几十块人民币，而同一张图片用于广告上可能价值几千元，甚至上万元人民币。



《乡村小学校》2005（上图）

照片拍摄于湖北恩施一个乡村小学校里，这类纪实性照片通常只是用来做插图或者文章的配图。但是偶尔也有公司选择它来做公益性宣传品或者广告。

摄影师：陈小波

摄影数据：摄影数据：柯达14N数码相机，18－35mm镜头，光圈 F3.5，速度 1/30秒，RAW格式拍摄

《三峡泄洪》2005（下图）

三峡大坝是一项巨大的工程，它一直是全世界瞩目和关心的，因此有关三峡的照片使用的频率也是很高的。但是这类图片有它的时效性。随着三峡大坝的最后完工，人们对它的注视程度会越来越低，图片的使用也就越来越少。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，18-35mm镜头，光圈 F11，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

2.3 什么是好的图片库照片

什么因素影响一个摄影师在图片库中的成功？这主要取决于这位摄影师是否理解和意识到什么样的照片在图片库中是一张好照片。有一些照片在持续不断地卖出，而有些照片可能从来没有卖出过。有些摄影师70%的照片可以出租一次，有时甚至达到30次。有些摄影师的照片大约只有20%被租用过，甚至有些图片可能从来没有出租过，就连我们前面说到的Getty Image的图片可能也有许多从来没有出租过。难道我们能说Getty Image的图片编辑不合格吗？他们应该比摄影师更加了解这个市场。我们只能说没有一个人能够完完全全地把握这个市场，因为每一个图片编辑和艺术总监都会有着与其他人不同的想法。

一些图片库摄影师的照片卖得很好，人们认为因为他们有天分，但准确地说应该是他们能经常学习和了解这个市场，它们能触摸到市场的脉搏，知道市场需要什么。图片市场也在不断地转换，它实际上就是一门生意。

你拍摄的照片是大众化的，这类照片到处都有，尽管你不断地向图片库供稿，但收入却不理想。这时你可能去埋怨图片代理商。但是你先要很好地检讨一下自己，问一下自己“我的照片是市场需要的吗？”“什么样的照片才是市场缺少的？”。如果你不能意识到这点，如果你不能发现市场的需求，那你的结局可能就是失败。我的忠告是先不要急于拍摄，而是静下心来好好地研究一下市场。这就像生意人一样，要投资，他就要先搞市场调研。当然，对于各种各样的图片库照片不可能只有一种形式去生产，但是这里有一些共同的因素可以参考。

普遍性与多样性：“理想”的图片库照片应该有它固定的主体和清晰的概念，他能产生一种共同的感觉，抓住大众的眼光。尽管大众的年龄、性别、肤色和种族不同。

例如，一位母亲和她女儿坐在一间屋子里，在一盏灯光下阅读一本书。这张照片可以用在一家电力公司关于“安全”的广告中，也可以用于有关教育的小册子中，还可以用在杂志或报纸中一篇关于年轻母亲的文章中，或者作为一种表现“亲密友谊”的照片放在一家公司的墙上。拍摄这张照片时，一定要注意在画面中排除任何带有限制这种普遍性的东西，要把那些可能分散观众注意力的公司商标、产品名称等东西排除在画面之外。

《概念》2005（右图）

概念性的照片包含的内容是比较多的，根据不同人的想象可以产生不同的结果。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈F8，速度1/250秒，RAW格式拍摄

信息性：一张照片所特有的能力是准确和可靠地传达一种信息，也就是我们说的“一图胜千言”。这种信息可以是各种各样的，因为我们这个现代社会里需要传递的信息太多了，但是每一张照片不可能传达过多的信息，这样会造成信息的混乱。照片的目的是传递一种信息，它可以是寓意的也可以是写实的。但是摄影师用光线和构图所拍摄的照片应具有它真实的可信性。

适应性：作为一张图片库的照片应该能适应各种各样的买主，这样它才能一次又一次地出售。图片库的市场是多样化的，广告公司的艺术总监和年度报告的制作人不但要求高质量的照片，也许还要求照片上有空间可以让他们做上公司的标志、产品或广告的注解。摄影师应该不断地训练自己的眼力，随着市场的需求制作出新的产品去适应市场，这就增加了它的适应性。

出色的技术：在当今日趋饱和的图片市场中，对照片的质量要求越来越高，任何技术上的点滴失误都不可能被图片代理商接受。这些技术包括曝光、光线使用、清晰度、色彩饱和等。现在，许多世界上著名的摄影师也将他们的照片投入到这个市场，他们知道这些照片的使用可能会给他们带来特定的拍摄任务。因此这使得那些有着技术瑕疵的照片难以进入图片库这个市场。这是一个商业竞争的市场，它只由市场决定照片的价值。

所有以上提到的普遍性与多样化、信息性、适应性和出色的技术都是摄影师可以控制的。摄影师唯一不能控制的就是市场。这里只有少数的摄影师能真正地理解图片库照片的意义并创作出成功的照片，而真正理解和做到这点，也仅仅是在今天的商业图片库市场中成功了一半，而另一半——真正实质性的一半，是什么样的主题是照片买主真正想要的。那些杂志编辑、教科书出版商、广告公司代理及各种各样的顾客，他们打电话到图片公司咨询主题、寻找的照片究竟是什么呢？“什么样的照片最好卖”常常是一个摄影师最想知道的。

《天坛》2006（左图）

大面积的留白可以给广告公司的艺术总监留有再创作的空间。他们可以根据自己的想象和创意去设计，这时图片只是一个整体方案的一部分。

为了增加照片的感染力，图片中的蓝天白云是后期加上去的。它的销售显然不如本书中另外一张天坛的照片，但是也有许多的创意人员和编辑选择了这张照片。在图片库中的照片没有绝对的好坏，而只有相对的好坏。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，18－35mm镜头，RAW格式拍摄，后期合成

2.4 什么主题的照片卖钱

在当今的图片市场里有着各种各样的图片代理商，他们总是按照自己的哲学和市场来定义什么是好照片。一些著名的图片代理商认为摄影师应该集中精力拍摄他们个人喜欢的主题，如果摄影师可以拍摄出那些具有感染力和视觉冲击力的照片来，它们一定可以在市场上卖出。一些摄影师听从这一忠告，按照自己的风格拍摄他们喜欢的题材，创作出一些独立形式的照片，进入图片库市场。但是应该意识到只有少数具有天才的摄影师可以达成自己的风格，拍摄出成功的照片进入市场。

另外，一些图片代理商总是会给他们的签约摄影师忠告："什么样的图片有着潜在的客户""什么是未来的图片需求""目前市场上需要什么样的照片"。不管什么形式的忠告，图片代理商决不会要求摄影师去拍摄某种照片，摄影师只能在实践中去把握时代的脉搏和市场的需要。

"什么主题的照片我应该去拍摄？什么题材的照片好卖？"这常常是一个图片库摄影新手想知道的问题，图片库发展到今天已经到达了一个非常复杂的水平，没有一个人可以准确地回答出这个问题，也没有一个图片代理商可以说他代理的图片都可以100%地出租出去。市场在变化，图片使用的趋势也在不断地变化，一个成功的摄影师应该从市场上找到答案，如果你喜欢拍摄新闻编辑类图片，在当今的社会里，在现在的商业行为中，你可以通过新闻性杂志、报纸、网络、电视去发现线索，知道什么在这个世界上正在发生，什么在这个社会里正在演变，那你就知道应该拍摄什么照片了。

举一个例子，我们知道海湾战争时，关于伊拉克的图片出现在全世界的杂志、报纸上，印尼海啸时同样的情况也在全世界出现了。作为一个图片库摄影师有时就要向一个新闻记者一样的敏锐。如果你只想拍摄广告类的照片，那你就应该很好地研究目前广告的流行趋势是什么，什么样的照片目前被用在广告中最多。

如果你希望拍摄创意和商业类图片，那你就应该多多注意报纸、杂志、车站、路牌上的最新广告，也许你可以从中得到一些启发。

《曼哈顿的清晨》2002（左图）

一张不错的城市风光照片，但是它太美了，太宁静了，不是我们想象中的大都市，没有那种喧嚣和都市里飞快的节奏。它在光线、构图、色彩上都很完美，但是它的销售业绩却很平常。

这类照片主要使用在一些公司的台历、挂历、当地的宣传品上，有一次这张照片卖了8500美元，但是它确实不是一张畅销的图片。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FE2，24mm镜头，光圈 F11，速度1/60秒，富士Velvia反转片

数字革命正在快速地发展，新型电脑不断地出现在市场上，而旧式电脑很快就被淘汰。如果一张照片拍摄的是一个白领正在一台笔记本电脑上工作，你不认为这张照片在图片库里不用很久就会被淘汰吗？因为新型的、体积更小的笔记本电脑很快就会出现在市场上了。服装、发型、生活习惯，甚至连人们走路的方式也在改变，这一切的改变就给摄影师造成了无数的机会，他们可以创造出新的照片替代老化了的图片。

《阳光下的曼哈顿》2000（左图）

同样是曼哈顿的照片，按照摄影师的观点来说，无论是光影效果，还是色彩这张照片都不如前面的那张好，但是这张照片一次就卖了4500美元，而且经常会被企业或者杂志买走。为什么？难道不值得一个图片库摄影师深思吗？

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，24mm镜头，光圈F16，速度 1/250秒，加偏振镜

一个职业的图片库摄影师在进入图片库之前应该知道什么主题的图片是图片库不断需要的，什么主题的照片是市场总是有需求的。只有选择好了拍摄主题和内容，摄影师才能步入一个良性循环。而事实上当你步入这个门类时，大部分图片库摄影的题材都已经有人拍摄了。看到成百上千的各类题材的照片，绮丽的光影效果，精美的构图，也许你会被吓住，“哦，这些图片太好了，我还能进入图片库吗？”如果你没有信心，如果你不能持之以恒、坚持到底，那你最好到此打住，因为你不可能成功。

艺术总监和图片编辑永远都在寻找和发现新的摄影师，这些摄影师有天分，看待事务有自己的观点，拍摄时能找到新的视角。无论是中国的长城，美国的自由女神，法国的埃菲尔铁塔，还是英国的大本钟，哪一个景色没有成千上万张照片？但是在文章、故事、挂历、电视、书籍、旅游手册中，如果谈到以上的城市，肯定会用到这些城市的这类照片。因为这些照片代表了这些城市，世人只要见到这些照片，就一定会想到这些城市，这个国家。如果你能让买家找到你，那你就能胜出。为什么摄影师到了一个地方之后，总是先去拍摄那些最著名的景点？那是因为这是一个地方的代表性标志，无论是广告图片还是编辑类图片。他们总是首先选择最具代表性的图片。

许多年以前，一位专门为图片库拍摄的摄影师曾告诉我，每当他去其他国家或者是别的城市拍摄时，到达以后，他首先做的就是买一套明信片来研究。看看他是否可以找出新的角度来拍摄。他会看看什么时候的光线最好。然后他会去当地的著名景点、地标性建筑，看看是否可以发现更好的角度，不同的光线。然而，这并不能说明他每次拍摄的照片就比明信片上的好。毫无疑问，这位摄影师的照片不会比明信片上的好，因为比起当地的摄影师来，他缺少天时地利。他也许没有时间等候天气，也没有时间找到更好的角度，但是他却把他拍摄的照片卖出去了。为什么？这里有两个原因。第一，艺术总监想要一张与那张明信片不同的照片。第二，摄影师的代理图片商在市场方面做得很成功，让他的照片展示在更多的客户面前。

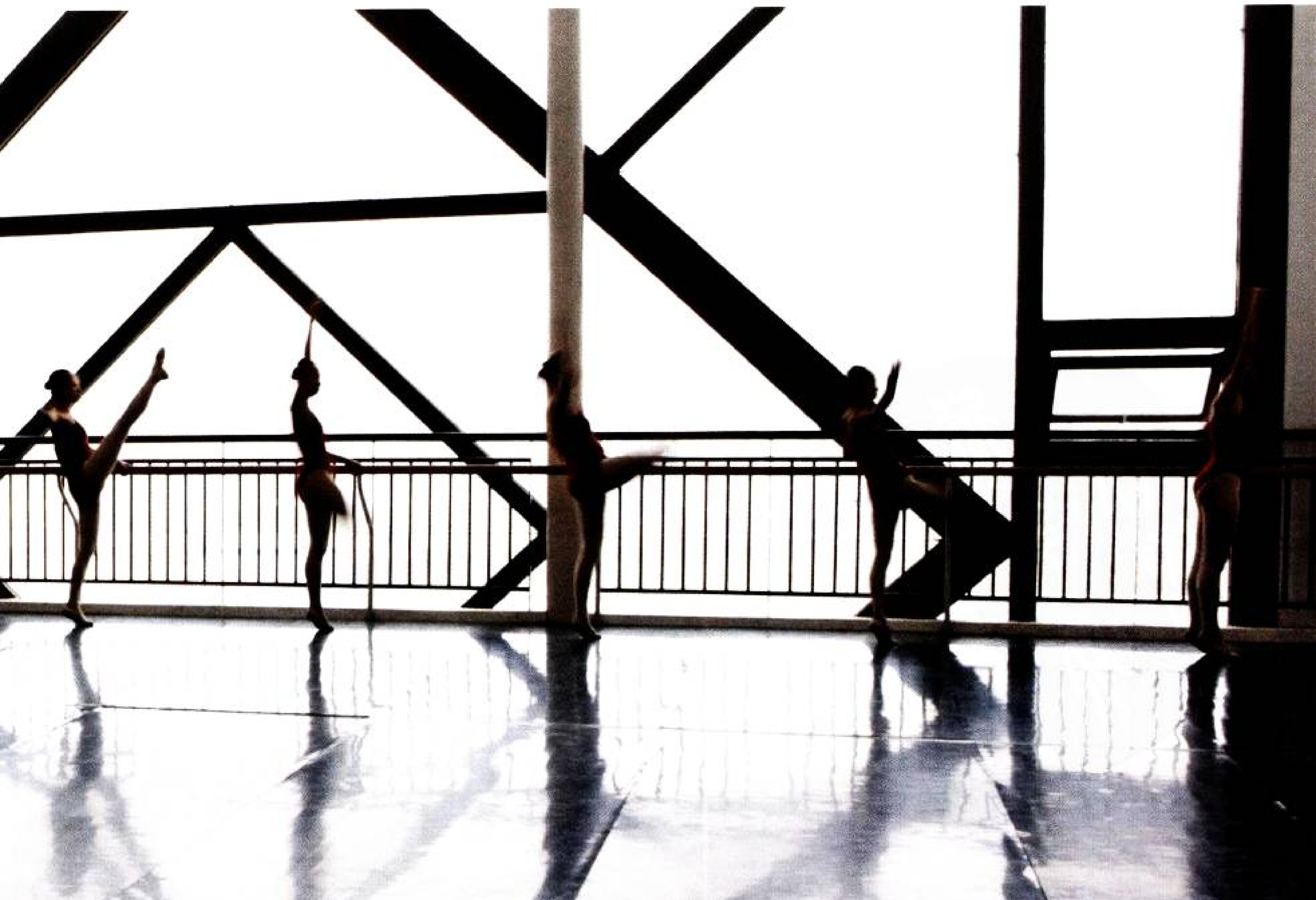
艺术总监总是想看到自然优美，可信度高而有真情的照片。

《艺校里的小学员》2007（下图）

体育运动和训练的场面总是可以引起人们的联想，一张好的图片不仅仅要有好的用光、构图，更重要的是能给观众一种想象的余地。为了更好地表现主题，图片拍摄后进行了剪裁。一幅好的图片库照片除了要有内容外，形式美感也是非常重要的。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，24-70镜头，光圈 F4，速度 1/30秒，RAW格式拍摄

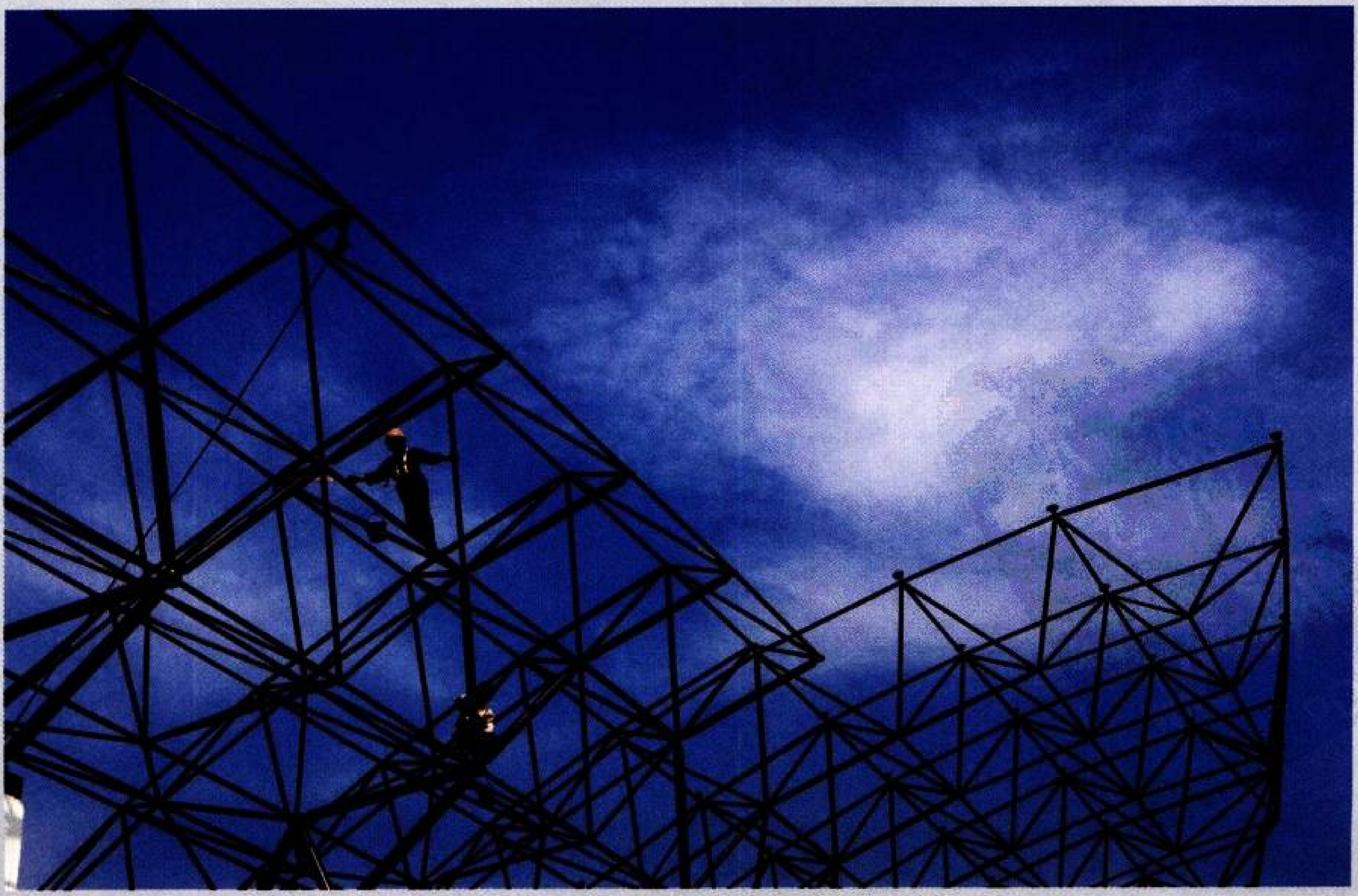


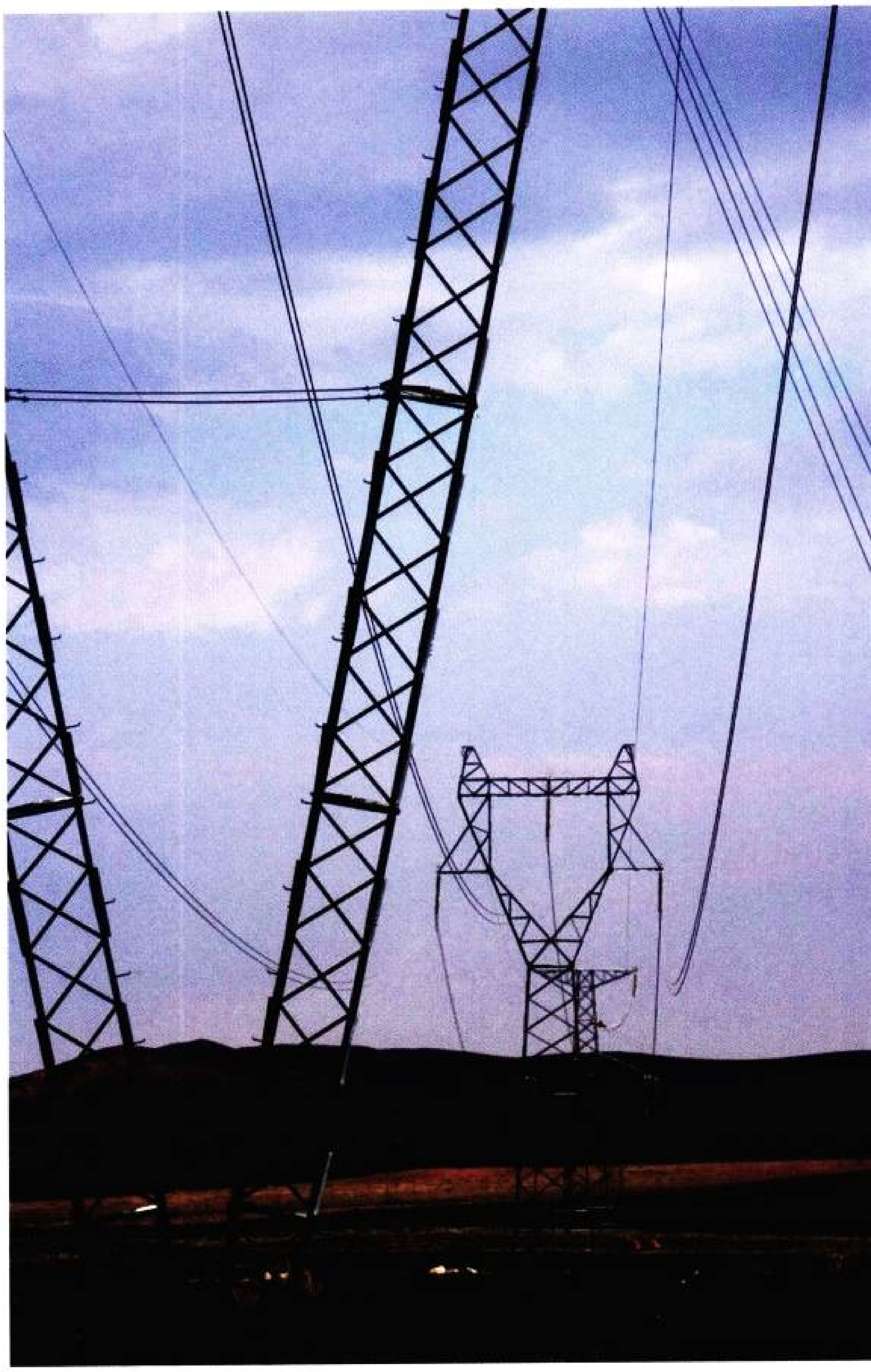
2.5 图片的使用趋势

对于那些想进入图片库摄影这一领域的摄影师来说，除了要掌握图片库摄影的技术外，他们必须充分意识到，尽管这个市场是巨大的，但是你的摄影天才，你所投入的努力也不能确保你在这一领域取得成功。一个成功的图片库摄影师同时也是一个成功的生意人，他的经商之道一定会像他的摄影技术一样优秀。谁能真正的理解“什么是畅销的图片”并且能创造出那样的图片，把它投入市场，谁就能成为一名真正的图片库摄影师。那些缺少坚强意志，想尽快暴富的人应该远离这门摄影。因为图片库摄影充满风险，它需要的是艰苦的工作，大量的投入，良好的市场意识和长时间的等待。

对于一名图片库摄影师来说，投入到市场中的照片大概在一两年之后才能见到成效，如果你能在三五年内让图片库的收入成为一个稳定的经济来源，那你就是一个很不错的图片库摄影师了。

尽管这是一个竞争异常激烈的摄影市场，但是随着“读图时代”的降临，这一行业还是在快速地成长。新生代的摄影师们都想抓住这个不断壮大的市场。 而不断出现的图片代理商和那些已在全球建立了连锁图片库的大型图片代理商正在使他们的生产更合理、更快速，并更为有效地面对高层次的客户。当然这种成功也会影响到摄影师的个人收入。由于过多的摄影师涌入这一行业，使得摄影在这一行业中显示出巨大的竞争。





《草原输电线》2006（右图）

大草原在人们的印象中总是很落后的，但是今天的草原与10年前已经大不一样了，过去的草原是没有电力的，而今天的草原可以说是家家都通了电。拍摄这张图片主要是反映这种变化。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，80－200镜头，光圈 F11，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

《结构》2007年（左图）

主体突出，背景简洁这是一张好的图片库照片的起码要求，作为图片库的照片最好给图片编辑或者艺术总监留下再创作的空间。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，24-70mm镜头，光圈 F16，速度 1/60秒，加偏振镜，RAW格式拍摄

根据行业专家的推测，在图片库这一行业中，那些特别出色的摄影师瓜分了大部分的市场份额。但是他们的推测遭到了新生代的年轻摄影师反对，理由是如果我们拍对了题材，那我们就有胜出的机会。

随着网络的出现，大量摄影师进入图片库市场，竞争变得越来越激烈，图片市场也变得复杂起来，它的表现有以下8个方面。

1. **更高的质量：**由于市场的供过于求，客户对照片的质量要求比过去就更高了，客户知道在图片库里他们可以轻易找到他们需要的照片。为了竞争的需要，图片代理也提高了进入图片库的门槛。一位图片库的编辑说过这样一句话："假如我的客户需要一张法国巴黎埃菲尔铁塔的图片，我可以在一天之内找出上千张乃至上万张不同角度、不同气候、不同时间、不同尺寸（135、120、4×5）的反转片。试想，哪一位摄影师到了巴黎会不拍摄埃菲尔铁塔？"

2. **增加的市场：**除了传统的市场外，随着新型科技的出现，它已创造了无数个新的市场，这些市场是各种各样的网站、专业期刊、CD/DVD、电子商务、电子游戏等。这一市场要求大量的图片。图片代理为了发展自己的业务，也正努力地开发这些新市场。

3. **新市场的技术：**由于网络的出现，过去那种图片库的宣传方式已经完全改变了。图片库过去为了给自己宣传要印制宣传画册、图片目录，直接邮寄给那些潜在的客户。随着数码时代的降临，CD/DVD、网站这些更快捷、更方便的手段已经替代了传统的宣传方法。图片库可以把自己推向更广泛的客户。

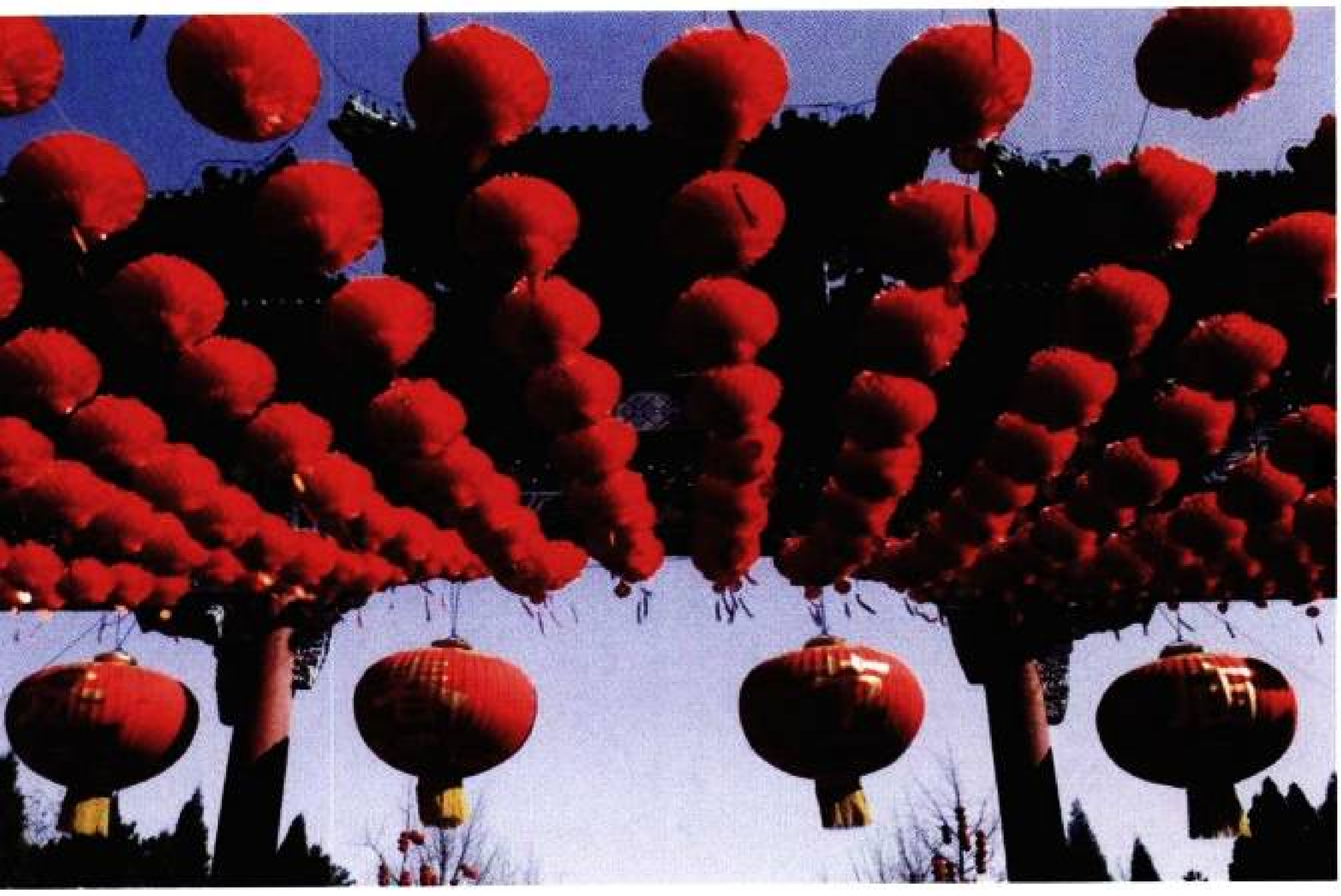
4. **图片代理和摄影师开始利用这些新技术来推销自己的照片：**CD/DVD的目录在许多的图片公司替代了传统的印刷目录，而网络的出现更是给了图片库无比巨大的方便，客户可以在图片库的网站上随意地搜索自己需要的图片，图片代理也不用再为自己的宣传而印制各种各样的宣传品了。这无疑减少了图片库的许多费用。过去图片商要求摄影师授予他唯一代理这一条件正渐渐消失。目前只有很少的图片库要求摄影师授予图片库唯一的代理权了。当摄影师发现网络的出现已经可以使他们自己建立个人的网站来推销自己的图片时，这种网站也越来越多。

5. **摄影师：**一些顶尖的摄影师在确信图片库会给他们带来经济上的利益之后，也开始进行大手笔的投入。他们雇用模特、化妆师、设计师、搭布景，专门拍摄市场需要的图片，虽然他们投入巨大，但是回报也是可观的。

6. 增加的竞争：越来越多的摄影师进入到这一行中来，使这一行业趋于饱和，每一个人都想从这个大饼上分得一块。一些大的和有良好信誉的图片库已经对摄影师关上了大门，对于新生代的摄影师来说已经很难进入，除非你能在某一题材上拍出与众不同、高质量的图片，否则不要花费力气去碰这些图片库。

7. 图片光盘：大量图片光盘的出现使得那些拍摄一般性题材的摄影师的照片越来越难卖了，例如，日出日落、云彩、旅游、风光等照片。编辑们可以很容易地在这些图片光盘里找到这些照片。这些图片光盘满足了低端市场的需求。一位图片代理商这样说："这些图片光盘的出现，给我们发出了一个警告，使我们意识到只有创作出更好、质量更高的图片，才能在这个行业中生存下去。"

8. 图片新潮流：图片是有潮流的，当你翻看10年前或者20年前的照片时，你会发现那时的照片与当代的照片有着巨大的不同，无论是拍摄的手法，还是生活环境都会有很大的改变。对于10年前的照片，我们可能要求的是构图平稳、色彩饱和，完美的图片与摄影教科书里教导的是一致的，但是现在你再到国外大型图片库里去看一看，看看国外的通俗杂志，那里的图片可能与你头脑里的好图片相差甚远。图片色彩非常不饱和，构图倾斜，拍摄人物大量的使用广角镜头。所有这一切都是为了取得一种视觉上的冲击力。对于图片好坏的标准正在改变，这不是某个人想改变，也不是某家图片库想改变，而是市场要求它改变。



《庙会》2006（左图）

红色象征喜庆，象征中国，此类照片往往是国外报刊介绍中国时喜欢用的图片。这张照片在一家图片库里已经被多次使用。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，18－35mm镜头，光圈16，速度1/125秒，RAW格式拍摄

过去的20～30年，图片公司的业务一直处在快速的成长与发展中，它也提供给摄影师惊人和意外的收入。但是现在摄影师已经发现他们来自图片库的收入有着微弱的变化，收入在减少，竞争在增加。大的图片公司将小图片公司收在他的下面成为子公司，而新的图片公司正在不断出现。

把图片库摄影当作自己的业余工作来做的人占到图片库摄影师的很大一部分，但是这个趋势也在改变，想把图片库摄影作为专职摄影的摄影师正在增加。他们给自己制订拍摄计划，选择拍摄题材，全力以赴地投入进去。除了为图片库拍摄以外，他们也自己开发市场，把自己的图片通过各种各样的方式出售给客户。

摄影师与图片代理之间的一个矛盾也没有解决，那就是专有代理权，图片库当然想得到摄影师的唯一代理权，但是摄影师希望把自己的照片放在更多的图片代理商那里，如果你选择错了图片代理商，那么很可能在几年之内你将一无所获，因为通常和约一签就是3～5年。

对于那些想进入图片库摄影的摄影师，行业专家说："这是一个巨大的市场，如果你是一个聪明的有毅力的摄影师，又懂得图片市场的需求，并坚持不懈地努力下去，你就能获得成功。"

《日出》1985（左图）

东海日出，当时想拍日出，但是又觉得无边的大海会显得空荡荡的，因此拍摄时要求一条渔船划到我需要的海域里。图片拍摄完后有一些市场，主要是用来做台历、挂历，但是这类的照片市场的面不够广泛。

摄影师：陈小波

摄影数据：玛米亚RB67，250mm镜头，使用三脚架并加浅红滤色镜，曝光数据不详

第三章　怎样成为图片库摄影师

威廉·刘是一个在美国出生的中国人，他也是加利福尼亚一家图片公司的签约摄影师。他在大学学习的是计算机，毕业后在一家网络公司工作，从小受父亲的影响爱好摄影，也受过摄影方面的训练。当发现自己真正的兴趣在摄影上时，他开始给图片库拍摄照片。刚开始时，他利用自己的业余时间，拍摄各种不同的主题，送往图片库，目的是想发现什么主题的照片卖钱。他每两周拍摄一次。编辑那些拍摄的图片，然后送去图片库。慢慢地他发现自己拍摄的人物照片是最畅销的，然后为自己拍摄的人像照片锁定了一家图片代理公司，离开了为之工作的网络公司，成为一个全职的图片库摄影师。

3.1　成为图片库摄影师的关键

在摄影的圈子里，很多摄影人都羡慕那些能成为自由摄影师（即为图片库拍摄）的人。但是究竟有多少人可以成为一个自由摄影师呢？事实上并不多，有的人在干了几个月后放弃了，有的人在干了几年后放弃了。尽管这是个人人羡慕的职业，但是这也是一项复杂的工作。虽然没有老板在你背后管你，但是你必须对自己施加更大的压力。如果你能做到以下14点，你就可以成为一个成功的图片库摄影师。

1. 任何成功的开始都要有一个好的计划。图片库摄影就是一个小的商业行为，它涉及到摄影器材、电脑、网络、投资、市场、个人的鉴赏力等方面，如果你没有一个很好的计划，你就不可能成功。

2. 今天就开始拍照。千里之行始于足下，制订一个拍摄计划，每一次拍摄一个题材，每周拍几天，每月拍多少。拍摄时要像图片库给你的拍摄任务一样认真完成，争取一年完成50个拍摄任务。

《自由女神》1998年（右图）

这是纽约的象征，也代表了纽约的形象。没有一个摄影师到了纽约会不拍摄自由女神。但它又是非常难拍的，上爱丽斯岛上拍摄，离得太近很难拍全；在海的对面拍摄，没有一只400mm以上的镜头，主体太小。

我是坐在进出斯坦登岛的轮渡上拍摄这张照片的。为了避免船的振动影响成像，我用了高快门速度。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康F4，80-200mm镜头，光圈 F4，速度 1/500秒，富士Velvia反转片

3. 计划你的投资。如果是一个新手，第一年的投资最少也需要5万元，因为要购买相机、镜头、灯光等，如果你想为商业图片库拍摄，那么一台最少1 200万像素的专业数码相机是必须的武器。根据拍摄题材的不同还需要购买相应的镜头。当然看上去相机是贵了一点，但是今后就不必在胶卷上花钱了。第二年，可以相对减少你的投资。但是两年之后就不需要什么投资了，你放在图片库里的照片就会慢慢地收回你的投资。

4. 作为一个图片库摄影师，你必须学会等待，要有耐心，因为图片库的回报是需要时间的，你不能指望从事图片库摄影可以成为暴发户，如果你不能等待，那就不要从事图片库摄影。图片库的回报最少一年，平均的时间应该是2～3年。95%的图片库摄影师开始后两年内就放弃了。

5. 学习研究图片市场，这对于你的成功起到了至关重要的作用。要知道媒体的走向和趋势，了解当今的广告宣传的是什么？在一个商品社会里你花在市场研究上的时间可能要多过你拍摄的时间。

6. 准备一个文件档案来收藏你所见到的好的图片广告，特别是一些概念性的照片。当你不拍摄时很好地研究一下这些收藏图片，问一下你自己，为什么客户要选择这张照片来做广告？它的内涵？它的象征意义？还是它传递了某种信息？要知道在这里许多摄影本身的意义已经不是那么重要了。

7. 当你拍摄有人物的照片时不要忘记签下肖像权，这类照片永远都是有市场需要的，如果你没有签模特的肖像权，那你这张照片只能给编辑类图片使用，而不能用来做广告。这样尽管你花费了同样的时间，但是你的回报连广告图片的一半都达不到。

8. 喜欢拍摄横构图的照片吗？没有问题，但是决不能放弃同时拍一张竖构图的照片，这对于图片库摄影师来说是非常必要的。而且要养成一个良好的习惯。因为在编辑类的照片里，竖构图的照片要比横构图的照片使用的几率更大。谁都知道杂志的封面不会用到横构图的照片。

《水果》1994（左图）

食品类图片包含很多的种类，对于一个新手来说，水果类可能是比较容易拍摄的题材，你只要到市场上将水果买回来就可以拍摄，你可以使用灯光，也可以使用自然光。拍摄水果的方法是多种多样的，可以是各种水果一起拍，也可以一类水果一起拍，选择水果的局部来表现也是一种方法。

摄影师：陈小波

摄影数据：玛米亚RB67，180mm镜头，光圈 F22，速度1/125秒，一只闪光灯

9. 选择一个正确的图片代理，对于一个图片库摄影师来说是至关重要的。当你与图片代理签约前一定要对这家图片公司有一个了解，关于它的信誉、它的经营状况等。千万不要签完之后再后悔，要对自己拍摄的图片有控制权，不然被别人出卖后再去打官司就不合算了。

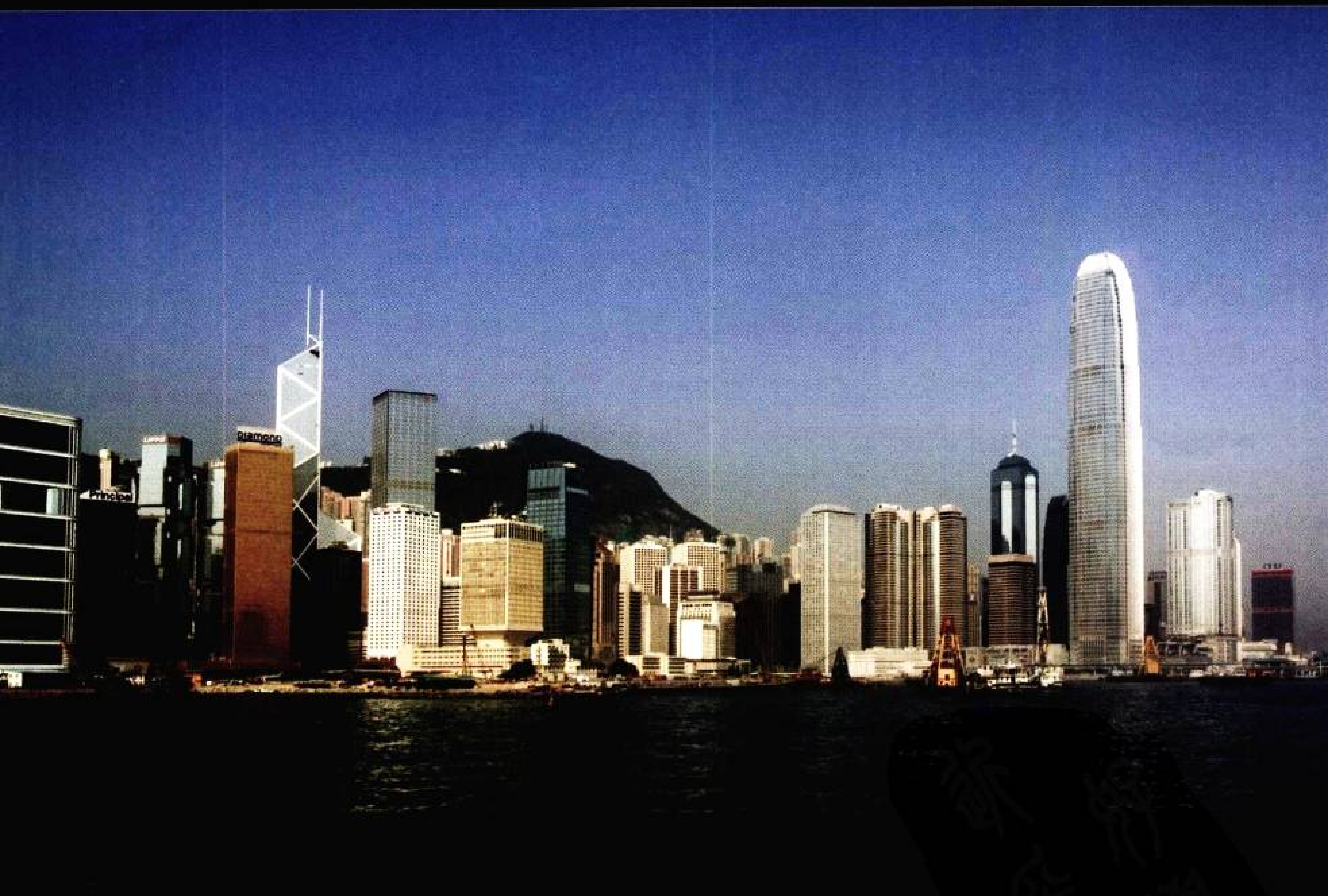
10. 认真听取你的图片代理给你的忠告，与你的图片库里的编辑和销售人员成为朋友。要知道，图片的风格和需求总是在改变的，经常与图片库的研究人员和图片编辑聊天，可以获得市场发展方向的第一手资料。征求他们对自己拍摄图片的意见，这对于改善你的拍摄手法是有帮助的。

11. 专业化，缩小自己拍摄时选择的范围，选择两三个题材去拍摄，使自己在这些题材上成为专家，这样你就可以在这两三个题材的拍摄上得到巨大的回报。如果你涉及的题材太多，你拍摄的照片就不可能有深度，那你的照片在图片库里就不可能被发现，你也不可能为自己创造利润。

12. 着眼于照片的质量，对于一个初入行的新手来说，他们面对的是图片库摄影的老手，这些商业摄影师可能已经在这行工作多年，他们有丰富的经验，有充足的资金，对市场有充分地了解，这时一个新手必须使得自己的图片达到一个高质量，才能战胜对手。

13. 数量，数量，还是数量！作为一个图片库摄影师来说，数量是他成功的另一个关键，如果按照图片库里平均一张图片一年可获得10～20元人民币来说，你如果在图片库里有一万张图片，你就可以获得10万～20万人民币的年收入。而一个成功的图片库摄影师一年应该为图片库拍出可销售的照片5000张，这样摄影师才能得到一个不错的稳定的收入。

14. 了解谁买了你的照片，你应该知道你现在不再是为你自己拍照，你是在为你的客户拍摄。你的照片拍得很美，他们可能会喜欢你的照片，但是如果他们不需要那样的照片，他们就不会买它。你的照片必须适合各种各样的需求，而不仅仅是创造出了美感。当然真正知道谁买了你的照片是不太可能的，一般图片库是不会告诉你哪家公司买了你的照片，当然也有例外。

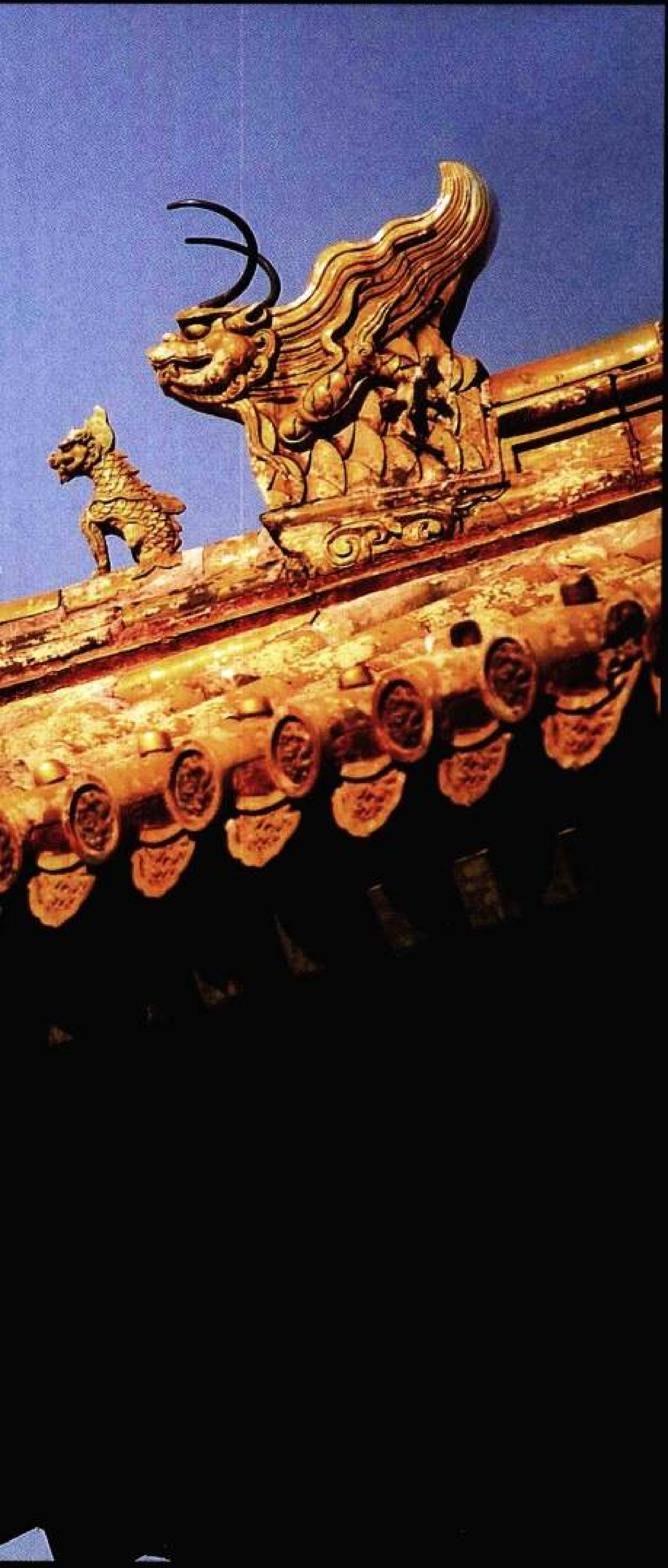


《香港维多利亚湾》2007（上图）

香港是亚洲的经济中心之一，因此有关香港的图片在全世界都很受欢迎。2007年5月我专门去香港拍摄图片库用图，在香港住了一周，拍摄了2 000多张数码照片，20个反转片。一部分的照片投入图片公司不到3个月，我所有去香港的拍摄费用就都收回来了。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康N90s，18－35mm镜头，光圈 F16，速度 1/30秒，富士Velvia反转片



《故宫》2005（左图）

比起新疆、西藏那样遥远的地方来说，在北京拍摄对我来说更加有趣。

这是一张具有中国元素的照片，尽管它只拍摄了宫殿的一角，但是它给人留下了想象的余地。当拍摄一个物体或广告时没有必要把所有的东西拍全，给观众留下想象的空间要比把一切都告诉他们强。

这张照片在一家中国图片库里的销售名列前茅。

摄影师：陈小波

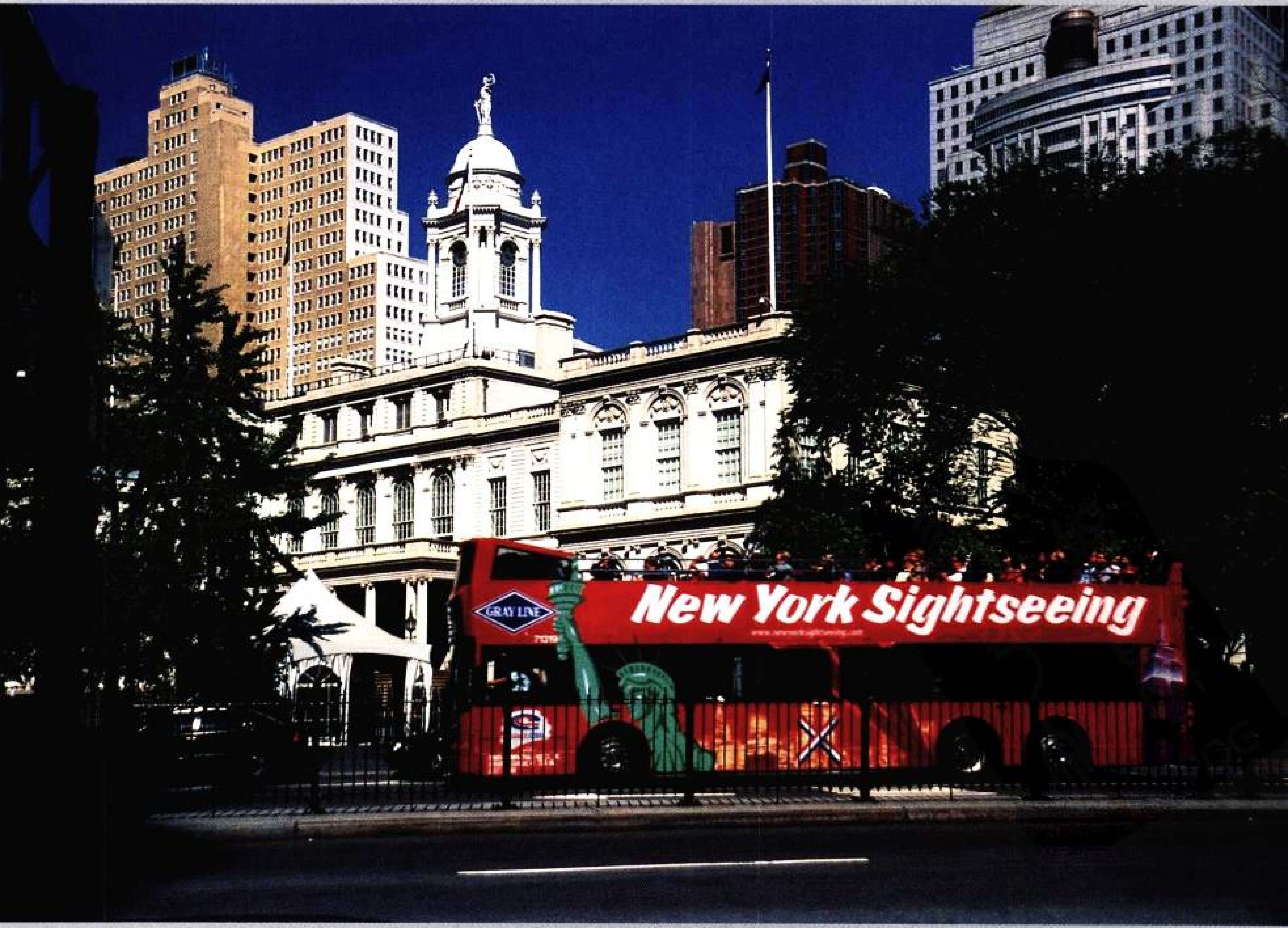
摄影数据：柯达14N数码照相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/250秒，加偏振镜，RAW格式拍摄

3.2 如何拍好图片库的照片

仅仅知道什么是图片库需要的拍摄主题是远远不够的。对于图片库摄影师来说，怎样拍摄图片库照片也是非常关键的。

许多图片代理商都说，他们需要的摄影师应该是有着市场头脑的摄影师，这些摄影师有天分，摄影技术优良，能把握市场的走向。对于这样的摄影师，他们会说："如果你要成为图片库摄影师，你就应该了解图片库，知道什么样的图片是为图片库拍摄的，利用你可以利用的手段，拍摄出成功的图片库照片。"

学习一张成功的图片库照片是怎样拍摄的，对于一个新手来说无疑是个捷径，它的用光、构图、内容、主题，为什么它会一次又一次地被卖出。但是记住，千万不要去仿制，图片代理商是不喜欢别人去模仿优秀照片拍照的，他们认为一个成功的摄影师应该是有个人风格，独立见解，具有创造力的。



在经过多年为图片库拍摄之后，我认为下面的5点拍摄原理应该对于图片库摄影师有所帮助。

- 在照片上留有空间应该是图片库摄影师牢记的一点，特别是在照片的上部或者是下部。这样就可以让图片编辑、艺术总监、设计师在照片上留下的空间来再创作。留有空间的方法是多种多样的，可以是大面积的蓝天，也可以是空地，或者采用大光圈来虚化背景，尽管现在许多摄影书籍上都在教导初学者构图要紧凑，但是这种留有空间的照片在图片库中却是客户常常想要的照片。

- 无论何时何地，当你在拍摄照片时都要拍一张横的，也要拍一张竖的照片。虽然这不是大众的拍摄习惯，但是图片库摄影师总是有着自己的拍摄目的。图片库里总是需要用到竖构图的图片，对于编辑、设计师、广告公司的艺术总监来说，竖构图的照片似乎比横构图的照片更好用。你可以去看看那些海报、灯箱、杂志、广告宣传册，大部分所用图片都是竖构图的。

- 如果可能，摄影师在拍摄时应该换用不同焦距的镜头，或者走近被摄物，不断地调整拍摄距离，在不同的拍摄距离和角度上尽可能地多拍几张照片。这样，你的图片就给了客户更多的选择余地，记住我说多拍几张照片，并不意味在一个拍摄点上按下多次快门，而是指对一个被拍摄物不断地改变自己的拍摄距离和拍摄角度去多拍照片。

- 拍摄时应该使用“真正的人物”，研究一下报纸，杂志上发表的带有人物的照片，也许你就知道我说的是什么了。例如，一个没有吸引力的人物是不会用在一个旅游目的地的宣传册上的，但是一张饱经沧桑的藏族老者的照片却可能出现在一本西藏旅游的宣传画上。

- 保持照片背景简单明了，千万不要让背景复杂化。摄影师可以利用镜头的景深来控制背景，也可以运用蓝天简化背景，或者是将主体放在暗色的背景之上，总之摄影师可以利用各种手段来达到目的。这样的图片一般编辑和艺术总监都喜欢，他们可以在那里做他们喜欢的文章。

《纽约市政厅》2000（左图）

旅游图片的需求量是巨大的，但是拍摄的人也很多，因此形成了激烈的竞争。拍摄旅游类照片最主要的是表现当地具有代表性的建筑、旅游的设施，让人一看就知道这是哪里。谁能把图片拍的更好，谁才有胜出的可能。

摄影师：陈小波

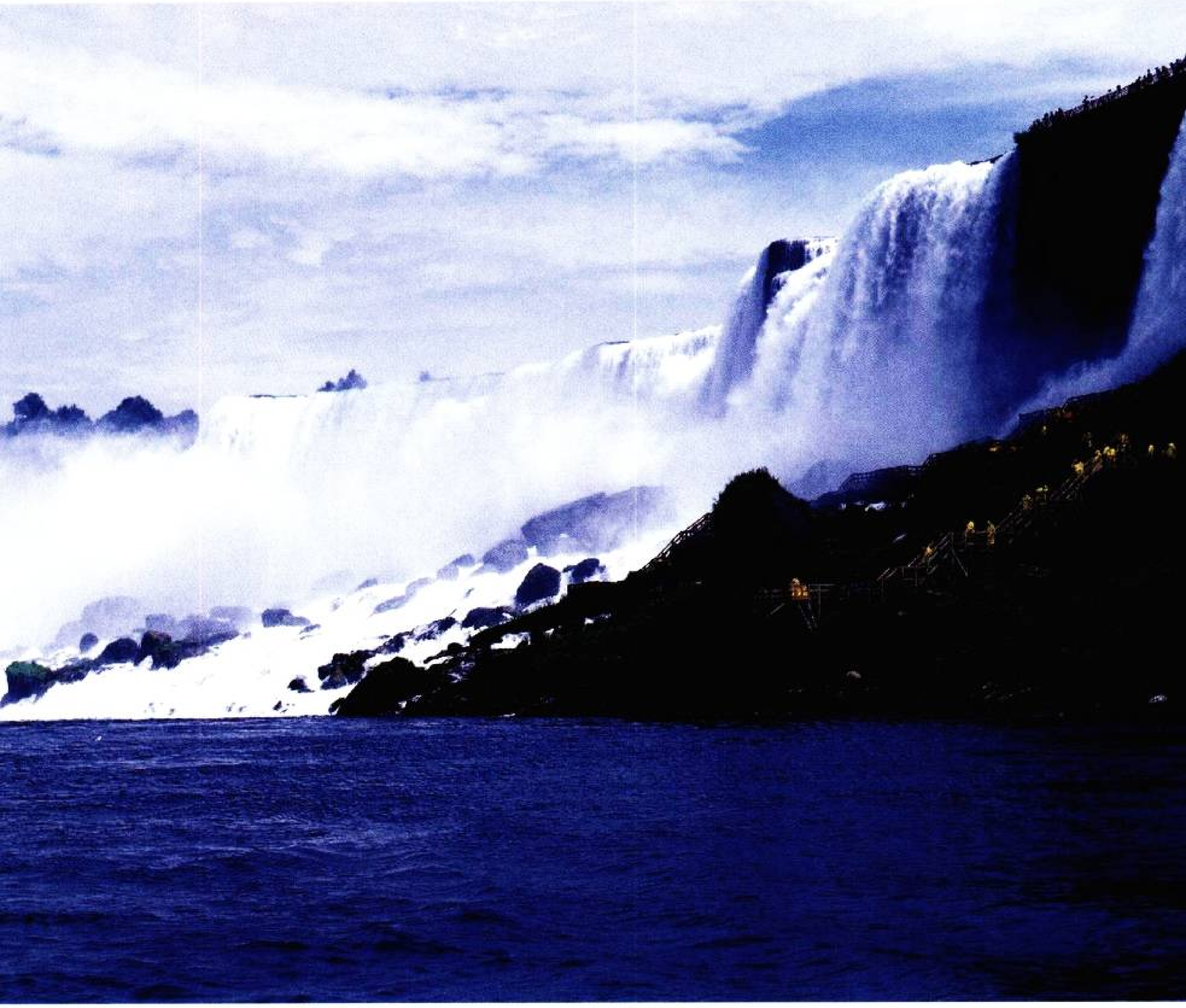
摄影数据：尼康FM2，24mm镜头，光圈 F16，速度 1/60秒，富士Velvia反转片

拍摄图片库的照片与拍摄其他的照片有着共同点，但是它也具有自己的特点。就像一个人像摄影师不一定能拍广告，一个风光摄影师不太可能拍好时装，而一个新闻摄影师也不一定会拍食品一样。除了摄影技术的掌握以外，前面提到的图片库摄影的普遍性、适应性、多样性、信息性是一张畅销的图片库照片应该具有的基本条件。好的畅销照片会被客户不断地使用，因为它适合各种各样的客户。既然我们的照片是为市场服务的，那照片就一定要符合市场的要求。什么是市场的要求呢？也就是大众的口味。尽管图片编辑或者艺术总监可能是受过高等教育的，他们可能有着自己对照片的独特理解，但是他们的审美观也是建立在大众审美基础上的。

人们总是喜欢蓝天白云，而不是阴天下雨的照片。所以，在广告照片中，我们总是能看到蓝天白云，而不是苍白的天空。记得许多年以前，一位美国的图片库编辑和我说过："我们所需要的照片，太阳总是从摄影师背后出来的。"也就是说图片库里的照片几乎拍摄时用的都是顺光、斜侧光，而很少用到逆光。这和我们的摄影艺术创作有很大的区别，在摄影的课堂上，我们教导学生尽量不要去用顺光拍照片。因为顺光不能表现立体感。而在这里，用顺光来表现却是图片库摄影需要的，因为，顺光拍摄的照片可以充分地表现色彩，使它能达到最大的饱和。也能使广大的观众清楚地看见照片所表现的景物和物体的细节。

我们的摄影师在拍摄照片时为了表现场景的宽阔和视觉的冲击常常喜欢拍摄横幅的图片，而且当他们碰到一幅令人激动的场面时会连续不断地拍上几十张，而这时他们并没有想到，应该用竖构图拍上哪怕是一张照片。在图片库摄影中。竖构图的照片对于图片编辑来说，应该比横构图的照片使用得更多。我常常听到图片编辑在抱怨找不到竖构图的照片。因此养成一个良好的习惯——拍一张横构图，再拍一张竖构图，应该是图片库摄影师的必须。

为了让自己的照片能够源源不断地卖出去，商业摄影师应该根据自己的喜爱和市场的需求来选择拍摄的题材。如果你选择的题材是一个大众都喜欢拍摄的题材，那么在你做出决定之前，你最好仔细地考虑一下，你拍摄这个题材是否比别人更有优势。中国有句古话："物以稀为贵。"如果你选择的题材没有人拍摄，或者是拍摄的人很少，那么你的竞争对手就少，你拍摄的照片就比较容易卖出去，而且可以源源不断地卖出去。例如，你是一个飞行员或者在机场工作，那你就有拍摄飞机或者拍摄与飞机有关的照片的条件，只要你了解市场，那你的照片就可能卖得很好。有一些用业余时间为图片库拍摄的摄影师就是利用他们自己可以拍摄的题材为图片库拍摄，他们由于有着工作上的便利，因此其收益是非常可观的。



《尼亚加拉大瀑布》1999（上图）

拍摄著名景点最好的方法是多走、多看、多拍、我在拍摄大瀑布时就是全方位的从上到下，各个角度拍摄。但是注意，拍摄时最好让太阳从照相机的后方照射到景物上，这样可以更好地表现景物的细节，并使色彩达到最大的饱和。

由于这个大瀑布是世界著名的景点，因此图片在国内外都卖得很好。

摄影师：陈小波

摄影数据：玛米亚RB67，90mm镜头，光圈 F8，速度 1/125秒，富士Velvia反转片

有的题材市场非常大，但是由于拍摄有难度，所以摄影师就放弃了这个题材的拍摄，例如，儿童、学生或老人，特别是图片中有许多的人物，这些图片都是市场非常需要的。但是，要想拍摄完后得到一张肖像授权书比较麻烦，而且要想出售这张图片，你需要每一个照片上的人物都签署一张肖像授权书。所以许多摄影师都放弃去拍摄这样的题材。但是正是拍摄这种图片的摄影师在图片库里挣到了大钱。如果你想拍摄这类题材的照片，最好的办法是花钱聘请模特。你可以不用专业模特，而花两三百元聘请一个业余模特。一天下来，你可以拍摄100张照片。平均每张照片才增加了两三块钱的成本，而且这些照片都是有针对性的图片，因此也就比较好卖。在拍摄之前，你一定要多看看图片库网站里或图片库的图册，这样你就能知道什么样的图片是市场上需要的。千万不要把商业图片拍成了人物肖像，那样的照片是卖不出去的。

有一些题材的照片占市场的份额很小（这是指它在总体图片用量的百分比，如果中国市场每天用两万张图片，那么百分之一也有200张图片了。注意，我这里说的是每天，如果是一个月或者是一年，那图片的用量又是多少呢？），如工业、农业、教育等。由于这类图片拍摄起来比较枯燥，因此拍摄的摄影师就很少。如果你在工厂里工作，在农村工作，或者在学校里当老师，你就比其他的摄影师具有这方面的优势。那你就应该抓住它，拍摄这些离你最近的题材，你最熟悉的题材，当你的照片慢慢积累起来时，你就成为这方面的专家了，大量的买家就会来找你。

不要忘记出版商的市场，通常一本出版物（例如，教科书）中会用到上百张照片，如果你的图库里有着大量这方面的照片，可能一次就会被选中几十张图片。

《纽约金融大厦》2003（左图）

每一个城市都有它的地标性建筑，纽约的地标性建筑就是世贸中心，但是它倒塌之后，金融区就显得少了点什么。拍摄这样的题材一定不要漏掉地标性建筑。而且景物中最好有人物的活动。如果你想给编辑或者艺术总监更多的选择，应该在拍摄时把没有人物活动的照片也加上去。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，24mm镜头，光圈 F16，速度 1/60秒，富士Velvia反转片，加偏振镜

当一个商业摄影师拍照时，首先考虑的不是自己喜欢还是不喜欢，而是市场需要还是不需要这张照片。如果市场需要，什么样的市场需要它？是用来做广告，还是更适合做月历？是做装饰画？还是适合做海报？或者仅仅可以做杂志、报纸的配图？也就是说你的拍摄目的非常明确，这样在拍摄时对于用光、构图就可以更好地进行取舍。如果认为你准备拍摄的这张照片可以用到广告上，在拍摄时就应该给广告词留出相应的位置，这样这张照片的销售机会就增加了许多。经验告诉我，当我在拍摄风光或者是名胜古迹时，我常常会让天空留出许多空白或者干脆用竖构图拍摄。这样广告公司和艺术总监才好做文章。

现在越来越多的图片库需要专题类图片，好的专题类图片是图片编辑的最爱，用在报纸、杂志上很受读者的欢迎，也为编辑省了许多的时间。对于摄影师来说，一次可以使用多张图片，收益也比较大。但是拍摄专题图片也必须了解其中的奥秘。如果你想拍摄专题图片，那就应该有一个很好的拍摄专题图片的意识。什么是专题意识？那就是在拍摄之前要有很好的构思，无论你是要拍旅游风光，还是人文地理，或者是对某个事情的纪实，在拍摄前都要对自己准备拍摄的题材有一定的了解，了解当地的一些情况。在资讯如此发达的今天，做到这点是没有任何问题的。你可以通过网络去了解自己要拍摄的各个方面的情况，然后做一个规划。你想通过你的图片告诉读者什么？怎样才能充分表达出摄影师的想法？我们知道任何一个故事都有开头、中间、高潮和结尾等部分。对于专题拍摄，摄影师事先就应该有一个很好的设计。即使是风光旅游的专题，也不可能一组照片里面都是风光，它还应该包括当地居民生活状态、美食、娱乐住宿、商业、建筑、当地人的特点、旅游者的人文状态等各个方面的情况。也许摄影师还应该在开始拍摄这类题材时把拍摄主题划出一个百分比，如，一组风光旅游照片里，当地的风光占多少？人文景观占多少？旅游设施占多少？总之摄影师应该从各个方面来表现一个主题，只要是与你拍摄的主题有关联的东西都应该尽可能地拍摄下来，这样你的专题就有更多被使用的机会。

《红灯笼》2004（右图）

这张照片拍摄于山西乔家大院。古老的民居，火红的灯笼，构成了一幅典型的中国式传统文化图片。这张图片送到图片公司后源源不断地被出租。

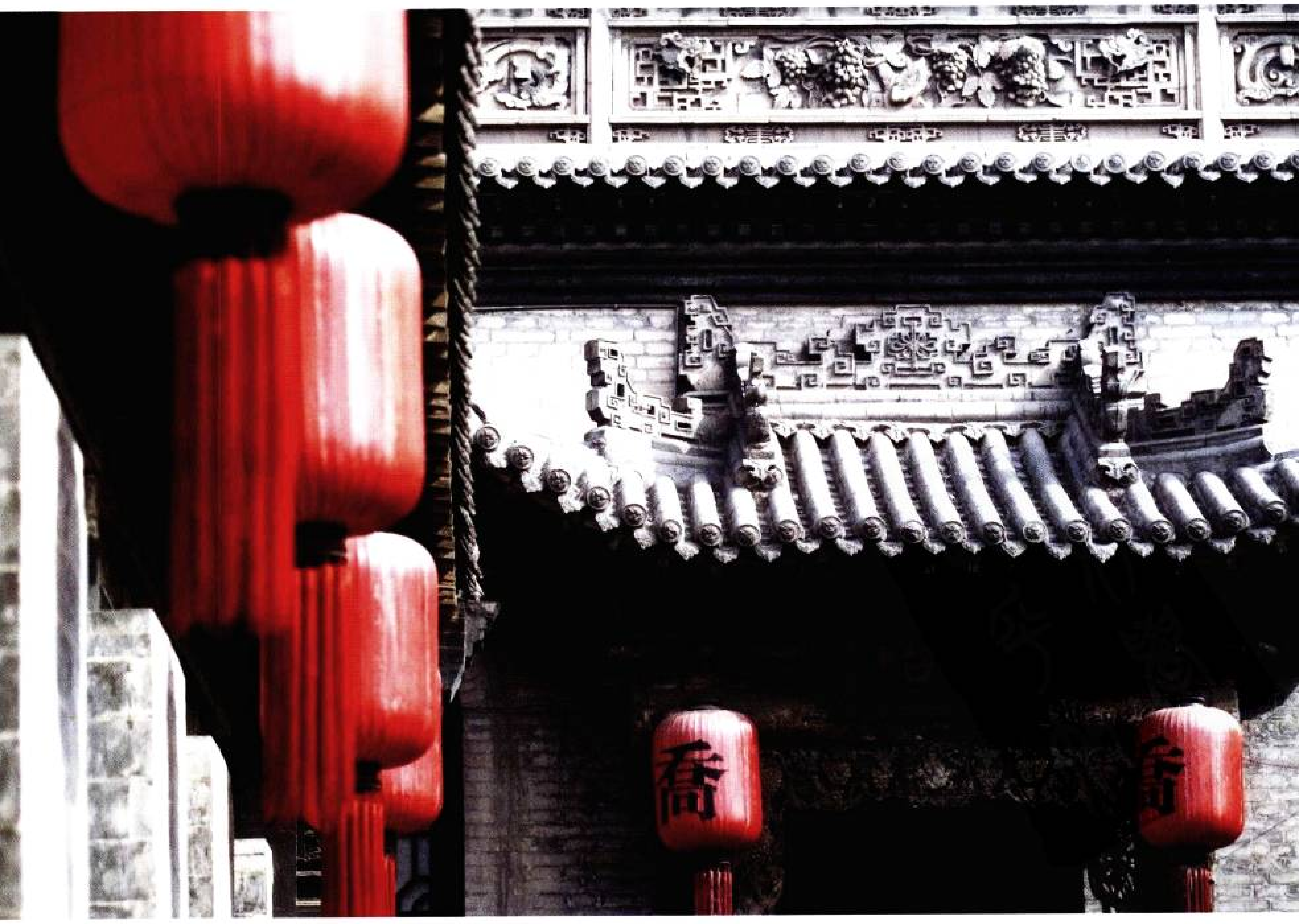
摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F5.6，速度1/250秒，RAW格式拍摄

拍摄一个好的专题最主要的是要有深度，要挖掘出一些不为人知而常人又感兴趣的事情来，这就需要摄影师到达当地后与当地人聊天去了解，把那鲜为人知道的东西找出来。冷僻的图片往往就是媒体喜欢的新热点。

拍摄的角度和镜头的焦距常常决定了一张照片的好坏，我们的摄影师常常喜欢拍摄时只是一种角度，那就是站在一个地方，平端相机按下快门，你是否可以趴在地下或把相机高举过头来按快门呢？你是否可以用一只17～35mm的超广角镜头在距离人物50cm处按下快门呢？

注意，拍摄时做好相关的记录是非常重要的。这对于回来后整理图片很有帮助。图片在用来做杂志、报纸和书籍插图时，编辑在选片时总是需要知道这张图片是在哪里拍的，拍的是什么？新闻里的五要素在这里可能就是非常重要的。图片库里的照片并不总是在构图，用光上很讲究的，最重要的是这张图片是否符合图片编辑和艺术总监的需要。再好的图片如果他们不需要，他们是不会买的。有的图片虽然拍得不错，但是没有图片的详细介绍，图片编辑和客户不了解图片的内容，那么这张图片或者这组图片就可能丧失了出售的机会，一份好的图片说明往往可以增加图片的销售量，对于成组的图片来说更是如此。



《迈阿密海滩》1994（上图）

清晨，太阳刚刚升起时，给大地带来了温暖，所有在晨光照射下的物体都呈现出暖色调。美丽的景色，迷人的色彩，一张很不错的明信片、旅游海报、台历、挂历的照片。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，24mm镜头，光圈 F11，速度 1/60秒，富士Velvia反转片

《热气球节》1996（右图）

这不是一张好的图片库照片，第一气球上有商家的广告，第二，光线的来源不是照相机的后方的。

摄影师：陈小波

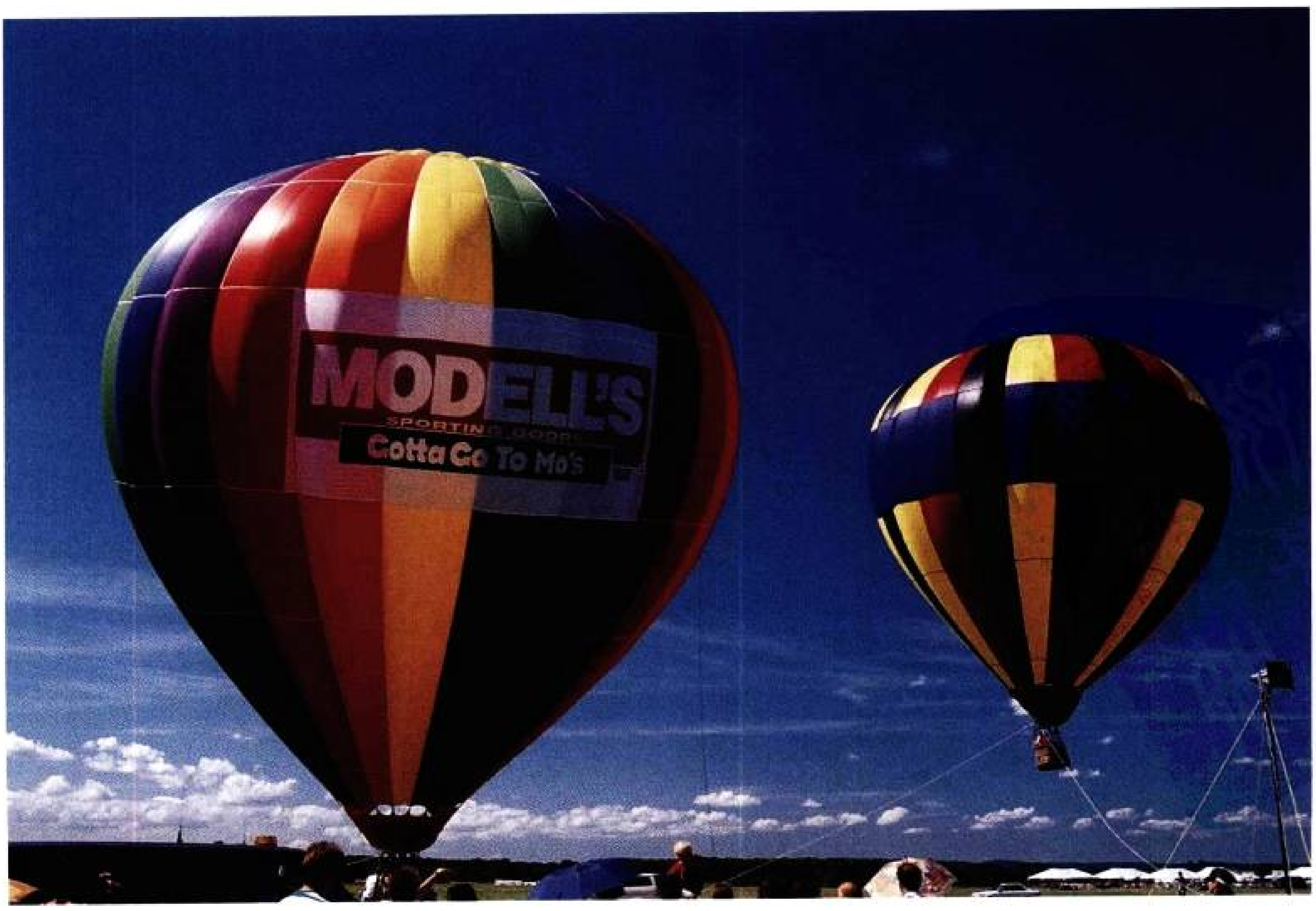
摄影数据：尼康FE2，28mm镜头，光圈 F16，速度 1/125秒，富士Velvia反转片

3.3 如何编辑你的图片

编辑你拍摄的图片就像你的拍摄一样重要。这可以说是摄影师的二次创作。作为一个商业摄影师，在现在如此巨大的竞争下，首先要考虑的就是图片的质量，如果你不能让自己的照片给客户一个很好的印象，你就不会有第二次机会。

当你拍摄完回到家中，要把照片很好的浏览一遍，把那些聚焦不清楚，曝光不准确，光线很差的照片毫不犹豫的扔掉。无论你的照片构图多好，无论这些照片内容多棒，只要它们在技术上有缺点，对于图片库来说就是一张废片。千万不要对这张照片有什么幻想，把它送到图片库去，让它帮你挣钱。你只会让图片库的编辑认为你不是一个合格的专业摄影师。在下一次送照片的时候，他们就会对你的照片有了警惕性。

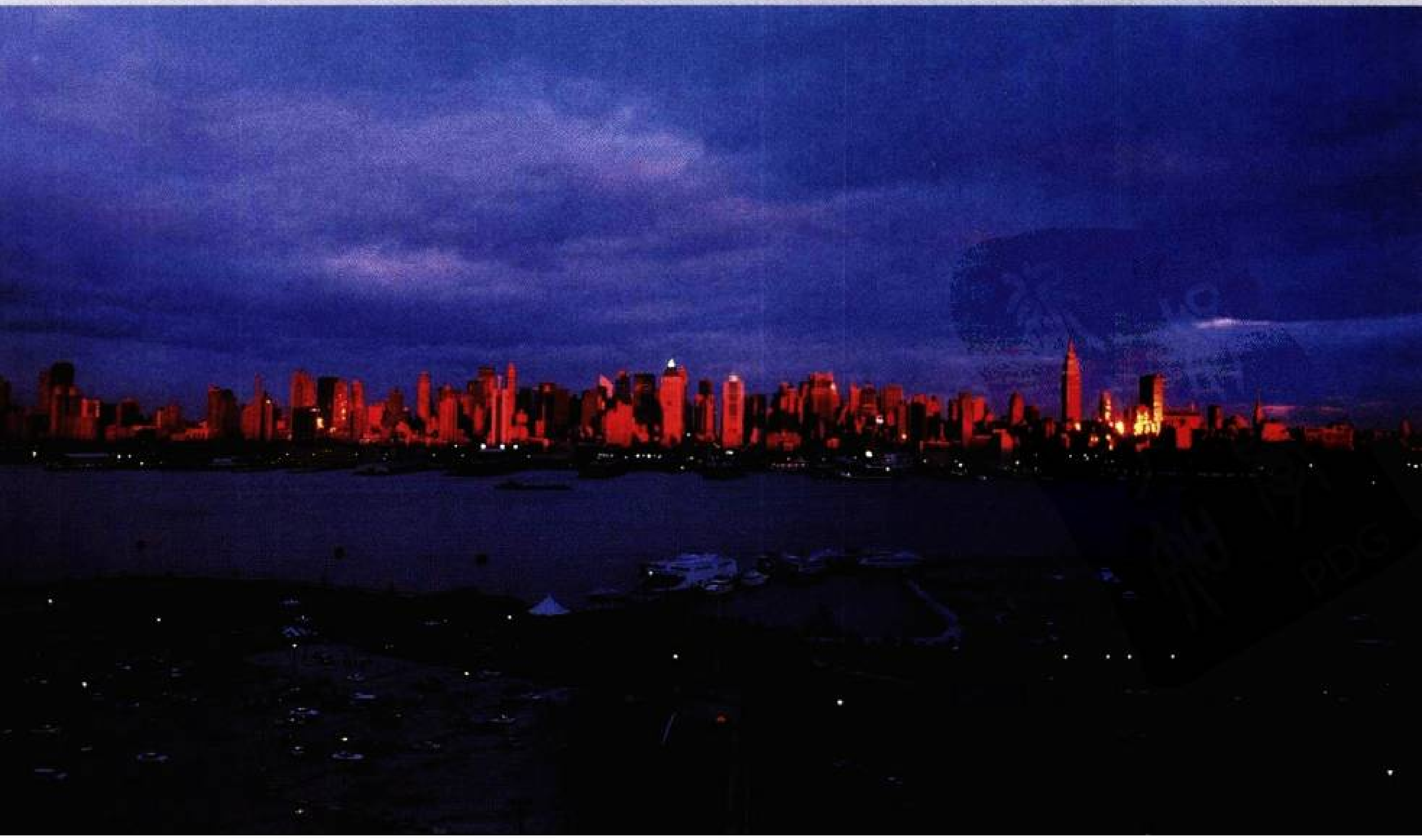
完成第一步之后，你就可以开始编辑图片了。先要将图片归类，可以将图片按照国家地区来归类，也可以将图片按照题材来归类，主要看你是什么样的摄影师，也要看自己喜欢怎样归类。如果你喜欢旅游，你是一个旅游风光摄影师，我认为你还是应该按照国家地区把照片归类，这样，将来在你的档案中找照片时就会很方便。如果你的题材大部分是在自己家附近拍摄的，那你按照题材来归类可能会更好。记住，唯一的原则就是今后客户需要某一张照片时，可以在最短的时间里发现那张照片，要知道有些摄影师每年要拍几万张照片，如果不能把这些照片很好地编辑，很可能当客户向你要照片时你不能马上找到那张照片，这样你就失去了一次销售的机会。没有一个客户可以等你三五天或一周，最后的结论可能是摄影师没有找到编辑要的那张照片。



对于专题照片来说，仔细地编辑你的照片可能要比单张照片更为困难，因为我们都知道这需要一个更好的编辑水平。一组好的专题照片要能全面地讲述一个故事，或者去介绍一个地方，图片里要包括各个方面有代表性的人与物。

下一步的编辑主要是对图片的内容和构图进行审视，这在编辑过程中是很重要的。也许你应该站在一个客户的角度来看待自己的图片，而把自己对自己所拍摄的图片的偏爱抛到一边，但正是这一点对于一个摄影师来说是很难的。在编辑过程中你应该很好地学习那些图片库中已经使用过的图片，问一下自己，为什么那些照片被图片编辑、设计人员或者艺术总监看中了。

在图片库摄影师里有这么一句话："描述得更准确，关键词更多，图片被卖出的机会就更大"。但是有许多图片库摄影师并没有意识到这一点。由于他们的疏忽或者说是懒惰，常常是把图片送到图片库就算完事了。一般来说国外的图片库不会接受没有图片说明的图片，而中国的图片代理为了充实自己的图片库，常常也接受没有图片说明的图片，但是这样的图片是很难卖出去的。对于一个客户来说，如果他只看到图片而不知道图片的内容，这张图片就没有价值。除非是一些著名的标志性建筑，人们一看就知道是什么地方。即使如此，这样的照片通常也只能用来做广告。这无疑就限制了图片被更广泛地使用。对于一张单张照片来说，仅仅是"北京"、"黄山"或者是"儿童"等的说明是不够的。因为摄影师并不知道谁会是这张照片真正的买家，也许在不同的时间会有不同的买家看上这张照片，他们可能是公共关系公司、杂志社的图片编辑、广告公司的艺术总监，这张图片可能会被不同的买家用在不同的地方。但是由于这张照片没有完善的说明，这些不同的买家就可能不会使用它。



《曼哈顿城金融区》2002 （上图）

金融类的图片总是很容易被客户看上的，如果有机会把全世界的大金融市场拍摄下来，你在图片库里将有一个不错的收入。摄影师需要把握住这样的机会。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FE2，24mm镜头，光圈 F16，速度 1/30秒，富士Velvia反转片

《曼哈顿中城》2000 （左图）

远方的帝国大厦代表了纽约，是它的标志性建筑。在纽约的十几年中，我无数次来到这个地点拍摄。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康F4，28mm镜头，光圈 F8，速度 1/60秒，富士Velvia反转片

《华尔街的铜牛》2001（下图）

纽约是世界的金融中心，也是一个旅游城市。华尔街的铜牛代表了纽约的股市，当大家都在谈论股市的时候，这类照片是很容易被使用的。摄影师要想拍摄市场需要的照片就要了解这一点，这样才能把握住拍摄的重点。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康F4，24mm镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，富士Velvia反转片

新闻学院在教授学生如果写好新闻时，常常告诫他们必须完成新闻的五要素，即新闻发生的时间、地点、人物、什么事件、为什么。这一条实际上也适用于照片的说明，特别是对于图片编辑来说，这些要素是他们是否使用照片的关键条件（当然对于一些概念性、商业类和生活形式的照片来说这些说明并不需要）。把自己放在一个编辑的位置上去思考，对于写好说明是非常有效的。如果你拍摄了一张纽约证券交易所的照片，只写上“纽约”这两个字，编辑也没有去过那里，他能准确地知道那是哪里吗？就算他想找一张纽约证券交易所的照片，可能他也会错过这个

机会，这样损失的将是摄影师本人，而不是编辑。因此你应该在这张照片的说明里准确地写上“美国纽约华尔街证券交易所”。这样当客户在图片库里搜索时他才能准确地找出这张照片来。一般来说，图片说明里最重要的就是地点，当然如果能给照片一个概念性的名字是最好的。对于图片的买家来说，除了图片本身传达的信息以外，图片的说明是必不可少的。好的说明会增加一张图片的销售量。

一个摄影记者完成拍摄任务回家后第一件事情就是给照片写说明，作为一个商业图片库摄影师，为每一张自己提供给图片库的照片写好说明和关键词就如同他拍的照片一样重要。出门拍照时，记事本、录音机大概是必不可少的工具。给你拍摄的著名景点的介绍拍一张照片也是常常使用的方法，因为那毕竟省去了很多时间，回家后可以根据这张照片来写说明。

我曾经见过一个美国摄影师给他拍摄的一张长城照片写了40多个关键词。记得有一次我将自己拍摄的几张鲜橙照片提供给了一家图片库，当时由于偷懒，没有写关键词，认为图片库的编辑一定会帮我写上的。过了半年，我去那家图片库检查我的照片，在自己的档案里找到了这些照片，但是当我在图片公司的网页上搜索时却找不到这些照片，我感到很奇怪，在关键词的部位打上“橙子”两个字，可是还是搜索不到这些照片。我急忙抓起电话给图片库的编辑打电话，说明了这件事，过不多久，她给我回了电话说：“由于你当时提供照片时写的关键词是‘橘子’而不是‘橙子’，所以打‘橙子’二字图片是不会显示出来的。”我一听真是哭笑不得。我也埋怨不了人家，谁让我当初把图片交给图片公司时没有写关键词，而让他们代写。从那以后，我再也不敢忽视写说明和关键词了。

下面几点是送往图片库照片必须写的说明

版权：摄影师的名字。
联系方法：摄影师的地址，电话，邮箱。
照片的名字
照片说明：时间、地点、人物、发生了什么和为什么。
肖像权：有或者没有。
财产权：有或者没有。
照片编号：你的照片排列号。
关键词：与照片有关的词（为了让客户可以更快地找到你的照片）。

拍摄、编辑和写说明仅仅是图片库摄影中的一部分，在现今竞争如此激烈的市场环境中，应该充分利用高科技来减少你的工作量，即用最少的时间生产出客户需要的产品——你的图片。只有高效率的生产，才能使摄影师在图片库这一领域里站住脚。

3.4 成功的图片库摄影师

几年以前曾有一位图片公司的总裁说过这样一句话："什么样的人才能成为成功的图片库摄影师？拥有头脑、天才、努力、刻苦的工作加上一个好的经营计划的人。"这段话今天看起来还是如此的真实。你要在图片库里不断得到金钱，就必须不断地拍摄好的照片（我这里说的好照片是指市场需要的照片）。几年前，美国"国际图片公司摄影报告"曾指出：下一步摄影新革命将会被少量的图片公司和他们的摄影师所引导，摄影师将从艺术总监、设计师和图片编辑那里发现新的线索。什么是巨大的需求？那就是打破旧有的形式，做出新的突破。这种转变正在被那些有头脑的摄影师和他们的图片代理商所实行，他们预见并研究摄影发展的趋势和市场的需求。

图片作为摄影的产物也正在产生一种新的概念，这种概念正在图片市场开始流行。如果你仔细地翻阅Corbis和Getty Image这两家全球最大的图片公司的样本或者网站，你将会发现它们的图片与过去相比，完全是两种不同的风格。

无数的事实证明，艺术总监、图片编辑在选择使用某一张图片时一定会考虑以下的一些因素。当然并不是所有的照片都必须具备这些因素才能被卖出去。但是毫无疑问，具有这些因素的照片比起那些缺少这些因素的照片要好卖。

有人物的照片需求量是最多的。在拍摄时，模特应该能表达出情感，表现出轻松愉快，他们不是服装模特仅仅在展示自己身上的服饰，他们表现的是日常生活中的人，一种常人的幸福同悲痛，高兴和痛苦，快乐与悲哀。但是切记不可表现得过度。当你在使用模特时，不可以太做作，也不可以有一些戏剧性的情节，不要太完美，因为在现实生活中真正的十全十美是没有的。你的照片看上去要自然，要符合生活的真实。要让观众看上去可以感觉到：这就是你抓住的每日生活中的人物和环境。当然毫无疑问，这些照片都是你精心设计的，包括人物的表情、周围的环境和构图与灯光。

图片的走势是有它的规律和趋势的。从另一个方面来说，摄影是有潮流的。这种潮流可能几年或者十几年出现一次，如果你能关注市场，经常翻阅市面上流行的各种杂志和报纸，你就会发现当今图片的潮流是什么。没必要死盯住那些摄影杂志和摄影报纸，它们不可能领导市场摄影图片的潮流。摄影杂志和摄影报刊的作用是给摄影人在摄影技术上一些启迪，告诉大家在摄影技术上什么是好照片。

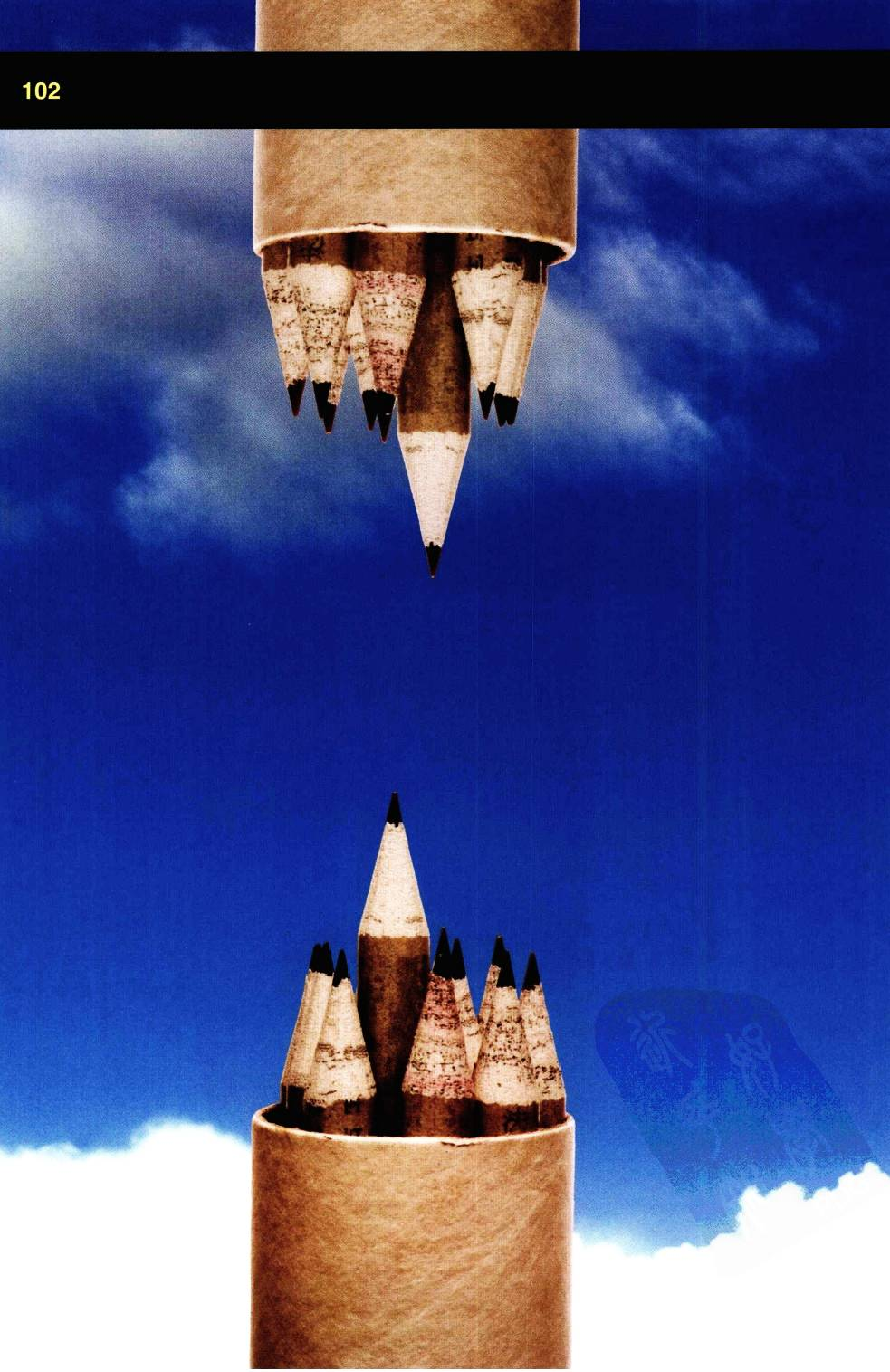
《飞镖》2006（上图）

大部分的商业创意图片都是摆拍的，拍什么？怎么摆？这是一门学问，摄影师应该多学习，看看图片库里的图片，看看市场上流行的商业广告。

一张好的创意照片应该能给观众一些想象，或者是带给人们一些启示。这样图片才能被广泛地使用。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，105mm微距镜头，光圈 F16，速度 1/125秒，两盏闪光灯，RAW格式拍摄



进入国内外的图片库看看，你会发现，如今的图片在向什么方向走。如果说我们许多的摄影理论在10多年前是正确的，而如今这些理论却正在被打破。例如，在摄影教育的课堂上我们常常说怎样才能达到色彩的饱和，又教导学生为了让人物不变形不要用广角镜头拍摄人像，而如今，变形的照片比比皆是。市场上非饱和的图片也是大受欢迎的。

“我是一个自由摄影师，我专为图片库拍照。”这听起来是可以让许多人羡慕的职业。在人们想象中，这样的摄影师，可以自由地支配自己的时间，可以到处旅行，拍摄自己想拍的题材，发表自己的作品，名字经常出现在各种各样的报刊杂志上，还可以见到各种名人，然后每年从图片库得到几十万的回报，没有与客户的纠缠，没有艺术总监对你的指示，更没有在老板手下工作的压力。这就是许多摄影师梦寐以求的，不是吗？听起来真是太惬意了。

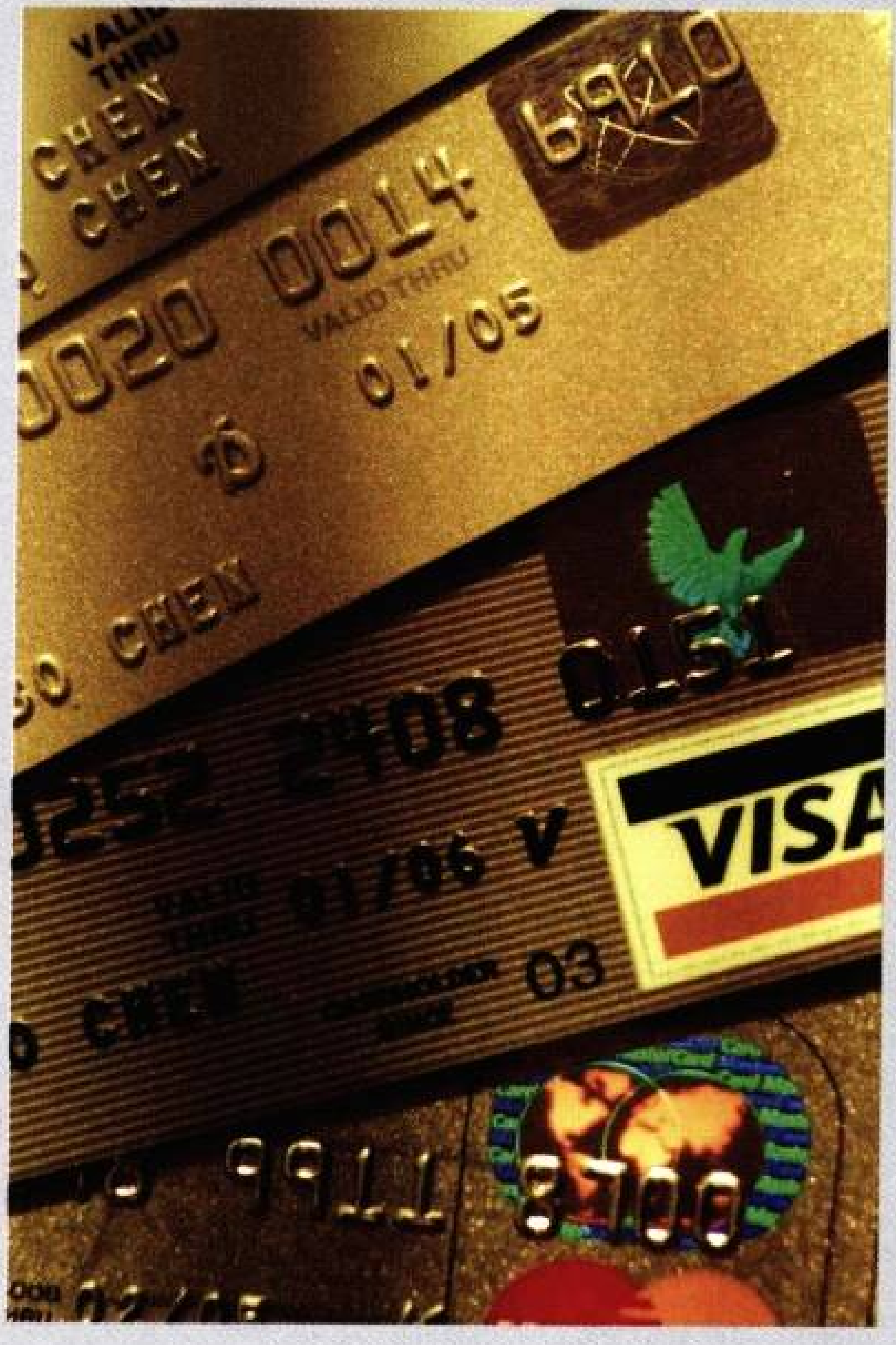
但实际情况真是如此吗？也许是，我知道确实有一些人（非常少的一批人）经过几年的奋斗以后，过着上面所说的那种生活。这批摄影师在几十年前当图片库刚刚兴起时，就参与并投入这项工作，到现在他们已从中受益匪浅。但是对于今天的大多数摄影师来说，图片库摄影的严酷现实与过去是大不相同。所以初入这一行的摄影师们，首先应该想到，进入这一行就像做生意一样，你要有一笔投资，你要向经营一家公司一样来经营它，不懂得经营的摄影师是不可能成功的。其次，除了昂贵的摄影器材和掌握摄影的基本技术外，你还要投入一大笔资金满足你的拍摄之需。更重要的是，你要发现一个或几个能将你的照片出租出去的图片公司。你还要清楚地了解图片市场，什么样的照片可以卖出去。一张好照片并不一定就是一张畅销的照片，何况我们对好照片的定义有着不同的理解。一位美国摄影师说：“能给我带来经济效益的照片就是好照片。”我非常同意这一看法，中国人有一句古话“胜者为王，败者为寇。”

《铅笔》2005（左图）

创意图片在一个商业图片库里占了很大的比例。一个产品需要创意，同样图片也需要创意，这是因为人们对任何东西都会产生视觉疲劳，如果摄影师不能生产出给人耳目一新的图片，他的照片就可能被淘汰。这就要求摄影师不断地学习，提高自己的意识。这要比一个摄影师的技术更加重要。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，105mm微距镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，两盏闪光灯，RAW格式拍摄，后期合成



《信用卡》2005（左图）

银行、金融公司是图片公司最大的客户之一。作为一个图片库摄影师对于这点的把握一定要准确，什么人会做广告？什么公司肯花钱买你的照片？如果你清楚了这点，你的照片就能源源不断地卖出去。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，105mm微距镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，RAW格式拍摄，自然光

根据“美国社会媒体摄影”的调查，如果一张放在图片库的照片可以带给你2美金，除去各种费用开支，摄影师的净利润是一美金。但是究竟有谁能知道，创造出一张图片库接受的照片需要多少钱？假如我们将自己的资金投入压缩到最低限度，对于一个想依靠图片库生存的摄影师来说，恐怕也需要投入5万元人民币或者更多。当然，投入的资金可以不断地产生效益，但是它需要时间，也许一两年或者是三四年。要想在图片库摄影中成功，一个最好的摄影师可能也要奋斗3～5年。我这是指每周花两三天用来为图片库拍摄，还要用一定的时间来编辑及经营。当然他的投入在图片库里可以产生回报，这些回报也可以用来再投入，最终他的年收入可以达到40～60万元人民币。

一个摄影师要想进入图片库这一行业，在做出这个决定之前，一定要对市场和自身进行分析。这种分析，除了自身条件之外，也应该知道他要投资多少金钱和时间去为图片库拍摄。因为大部分的图片库的供稿人在一开始仅仅是兼职摄影师，他们用自己的业余时间，多余的金钱拍摄一些市场需要的照片，投到图片库中去。这种投入可以带给他们额外的收入，过了3～5年，当他们的照片在图片库里慢慢地增长起来后，这种收入将变得固定起来，他们才可能成为图片库的全职供稿人。我曾经在美国遇到一对摄影师和作家的夫妇，他们告诉我作为旅游风光摄影师和作家，每个月他们要拍摄6000张反转片。6000张135的反转片是多少个胶卷？仅仅胶卷和旅行的费用是多少？整理底片和写作文章要花多少时间？

据统计，旅游和风光照片的回报率大约是每张照片每年盈利10元，这是一个平均概率。一个摄影师要挣到10万元的年收入就必须有一万张照片放到图片库里。作为一个平均水平的旅游风光摄影师，拍摄两张底片大约有一张可以放到图片库中出售。

对于那些接受专门拍摄任务并与模特签约和那些专门拍摄体育的摄影师来说，他们的图片回报率要高许多，平均每张图片每年的回报大约在30～40元。主要是因为这样的照片要少许多，市场没有那么多的竞争。但是成本也高，摄影师要抓住拍摄过程的最高峰是要谋杀许多胶片的。还有模特化妆、换服装、做头发等待的时间都要算进去，而且拍摄时很花时间，大部分摄影师不愿意与模特签约。拍摄体育在设备上的投资也很大，而且不是每一个人都愿意去拍体育。

《信用卡》2005（上图）

对于同一种物体和主题的拍摄可以是多种多样的，每个摄影师都会有自己不同的理解，最重要的是按照市场的需要去拍摄。这类图片在图片公司中使用的频率是相当高的。最高时，这张图片一个月被下载了14次。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/30秒，自然光，RAW格式拍摄

当然也有一些拍摄主题花费要少一些，但是这类图片也正快速地充满图片库。对于一个靠图片库生存的摄影师来说，在你进入这一行的头两年，每年三四万元人民币的投入应该是基本的投资了。这样的投资对于从事图片库摄影是必须的。

兼职摄影师提供的大部分是风光、旅游类的照片，这两类照片的需求往往比人们想象的要少得多，这类照片很快就供过于求。而对于专职的图片库摄影师，他们的主要精力是放在拍摄一些签约的人物（日常生活及人物的活动）和表现科技方面的照片，或者是那些他们认为能卖钱的题材的照片上。他们必须要抢在业余摄影师的前面，对市场要有预见，否则就会被淘汰出局。

《圆明园》2006（右图）

拍摄旅游风光图片的投资相对来说可能要大些，虽然它们不像人物照片那样好销售。但是旅游风光图片的生命力要比人物图片长，人物照片的销售周期要比旅游风光短很多，因为人物照片都与时尚有关。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，16－35mm镜头，光圈 F16，速度 1/60秒，RAW格式拍摄

《丽江黑龙潭公园》1985（左图）

旅游照片可以用来做广告，这是毫无疑问的，但是要比别人拍的好就不是完全由摄影师所能决定的，因为它取决于天时、地利。有时候一张好照片是靠运气的。

摄影师：陈小波

摄影数据：玛米亚RB67，90mm镜头，拍摄数据不详，加偏振镜，富士Velvia反转片

《八达岭长城》1995（右图）

这张图片与下图是同一天拍摄的，只是这时太阳还高挂在天空。夏天下午4点钟。

摄影师：陈小波

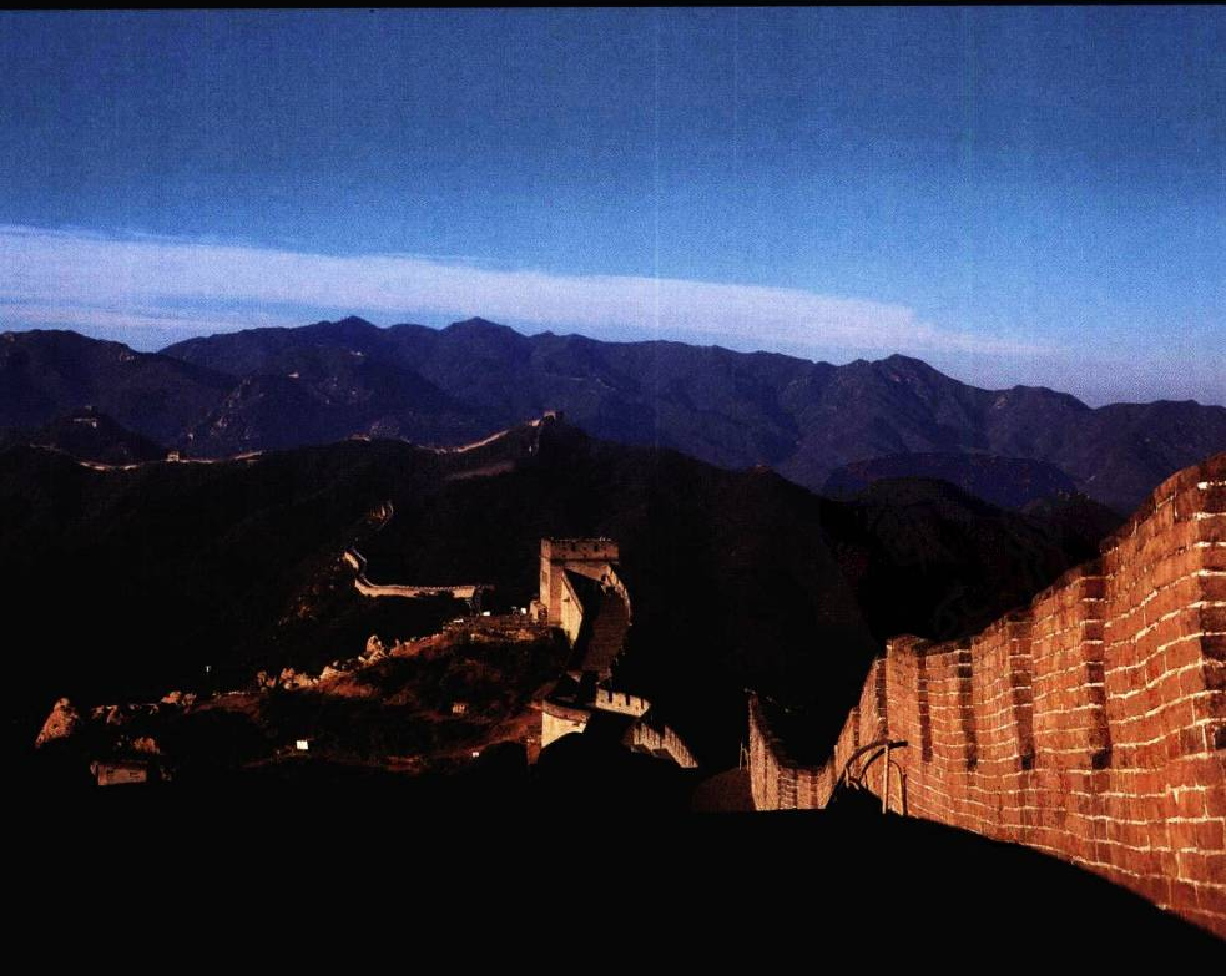
摄影数据：尼康FM2，28mm镜头，曝光数据不详，富士Velvia反转片，加偏振镜

《八达岭长城》1995（下图）

傍晚时分，光线与色彩都到达一个理想的时刻，构图也很不错。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫V型4×5相机，90mm镜头，光圈 F22，速度 1/15秒，加偏振镜，富士Velvia反转片



这两张照片是同一天拍摄的，使用的相机不一样，一个是4×5座机，一个是135相机。胶片是一样的，只是拍摄的时间不一样，一个是在傍晚侧光下拍摄，一个是在阳光在头顶顺光下拍摄。从摄影艺术的角度来说，左面的照片要比上图好，主要是光影效果好、色彩丰富、构图饱满。

但是，自从这两张照片投入到同一家图片公司以后，左面的照片从来没有给我挣到一分钱，而上面这张图却不断地销售出去，而且类似上面的图片（在上午10点到下午4点拍摄的），没有什么光影效果，构图、色彩也很一般的图片也在源源不断地出售。

为什么呢？这难道不让我们深思吗？

如果一个摄影师想进入这一领域，他应该像任何一个生意人那样去考虑将摄影作为一种谋生的工具，他一定要：

1. **有好的经营计划；**
2. **创作出高质量的图片；**
3. **了解图片市场的策略；**
4. **选择好的图片代理。**

下面是一些行业专家的建议，在进入这个领域之前，还是应该仔细地阅读一下，看看图片库摄影是否适合自己，以免误入歧途。

● 一个摄影师想进入图片库，持续不断地拍摄是关键。制定一个长期的拍摄计划，并完成它，是成功的第一步。

● 投资的多少将影响自己的拍摄，在你拍摄之前你打算投资1万元还是5万元？如果每次拍摄你能产生10张畅销的图片，3年后你就可以从这些图片中得到三四倍的回报。如果你每次拍摄都能生产出这样的图片，月复一月，年复一年，你就可以得到巨大的回报。

● 图片库总是需要那些有天赋的新摄影师，如果你拍摄的照片与众不同，如果你的照片总是可以给予观众新的视觉感受，那你就能成为一个真正的图片库摄影师。但是记住，在刚开始从事图片库摄影时不要去碰那些声名显赫的图片库，除非你认为你的图片可以给它们带来一种新的视觉享受，因为它们库里的图片太多了，特别是那些常规的图片。

● 选择那些特别的题材去拍摄，不要再拍摄大众化的主题，（如，日出、日落等普通的风景照片），除非你认为这些风景是一个特别的景象。拍摄一些生活形式的图片，按照纪实的方法去拍摄往往会符合市场的需求。

● 许多图片库里的照片可能已经老化了，它们不能反映出现代生活和文化，这就给了新一代的摄影师巨大的机会。

作为一个摄影师，如果你想通过图片库的形式让自己的照片产生回报，那你应该在实施之前听听其他人的评论（当然这在中国比较困难，因为在中国真正靠图片库生存的摄影师并不多），然后再决定这条路是否适合自己。成功的关键是你要持续不断地为图片库拍摄，给自己建立一个拍摄计划，如果你能坚持下去，你就能成功。

图片公司经常需要新的有天分的摄影师，如果你是一个与众不同，能拍摄出新形式照片的摄影师，你就能进入这个市场，但是切记不要到那些著名的图片库去碰钉子。不要提供那些一成不变、每个人都可以轻易拍摄出来的照片给他们。

如果你的摄影主体仅仅是著名旅游景点、风光、日出，我可以明确地告诉你，没有人会对你的照片感兴趣，这类的照片每一家图片库都会有成千上万张。而且旅游风光类摄影师的开销要比拍摄其他类型图片的摄影师高，这无疑是相对减少了自己的收入。但是有一些题材，例如日常的社会生活、家庭与经济类题材的照片却有大量的需求，而且你投入的资金也会少许多。

《现代人的生活》2006（下图）

表现现代人生活的照片是市场最需要的，而中国摄影师们却很少拍摄这样的图片。其实这样照片的市场是最大的。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，RAW格式拍摄，4只闪光灯

有些图片库的照片已经"老化"或过时，它们不能反映当代的文化、民族的特点，这就给了新生代摄影师一个机会。

不断地改变你的拍摄风格和内容，不要拍摄那些大众化的照片，因为这一类照片大部分在光盘上已经有了。

中国当代摄影师中有不少出色的人，但是他们不懂英文，这就给他们与国际接轨造成障碍。新生代的摄影师可能没有语言上的障碍，但是他们的摄影技术还很难达到国外图片库的要求。

根据对一些中国摄影师的调查得出的结论：假如你放在图片库中的照片是一万张，图片库大概每年可以给你的回报是10万元人民币。这只是一个平均数，实际上由于拍摄的题材不一样，拍摄的水平和对市场的理解不同，以及图片公司的经营效率问题，个人之间的差异是非常大的。国际通用的算法是一张照片一美元的回报。

《打高尔夫球》2006（左图）

高尔夫球已经不再是一种特权的象征了，这类表现人物和运动的照片即可以用作报纸、杂志的插图也可以给生产此类运动产品的厂家做广告。只是在拍摄的时候你不要忘记和模特签约。如果你没有把握模特会和你签约，那你在拍摄的时候可以避免拍摄模特的面部。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80-200mm镜头，光圈 F4，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

第四章　摄影器材与后期的工作

4.1　照相机

随着中国经济的快速发展，拥有一台高端的数码单反照相机对于业余摄影师或者是摄影爱好者来说已经不是什么问题了。但是对于一个图片库摄影师来说，什么样的相机才是最合适的呢？毋庸置疑，在四五年前135的反转片在图片库里占了90%以上的库存。但是在这个摄影器材大变革的时代，从传统相机到数码相机，我们究竟应该选择什么呢？毫无疑问应该是数码相机。但是什么样的数码相机才能达到图片库摄影的需求？这没有定义，因为每一家图片库的要求都不一样。

国外的商业图片库对于照片的要求是很高的，如果想提供图片给它们，你可能要将每个文件按TIFF的格式存储为50MB（这个50MB是在Photoshop软件里打开时的文件大小）。但是有的网站却只要求JPG格式的文件。而国内的商业图片库要求就比较低，通常你只要提供一张20MB～30MB的JPG格式文件就可以了，如果它们需要更大的文件，它们会让你提供反转片。如果是数码相机拍摄的RAW格式的原始文件，可以通过插值达到客户要求的大小。而对于国内的新闻图片库来说，一台800万像素的数码相机就可以了，有的时候它们也接受卡片机拍摄的照片。

我们都知道，现在最好的135数码相机有2 100万像素。拍出来的文件可以到60多兆，这么大的文件对于任何一家图片公司来说都已经够用了。但是昂贵的相机价格并不是每个人都能负担得起的。在国外许多的图片网站上都标注了所接受的数码相机的种类。通过研究发现，一般像佳能1DS MARK III、1DS MARK II、5D，尼康D3、D300、D2X、D2Xs等相机它们都可以接受。当然这也只是一部分图片库为摄影师规定的。并不意味着你使用别的相机就不可以给图片库供稿了。

如果你使用的照相机像素太低，产生的文件太小，你就可能失去客户，特别是在商业摄影中。因为没有一个广告客户愿意选择一个小文件的照片来做广告。特别是在国内，客户付了钱租用一张照片，他希望文件越大越好，尽管有时并不需要那么大的文件。

如果你是一个想进入商业图片库的摄影师，当你用数码相机拍摄时，你应该使用RAW格式。因为只有你使用RAW格式拍摄时，无论是曝光过渡还是曝光不足的照片都可以轻易地校正过来。对于色彩的调整也是很方便的。而且RAW格式是无损压缩。因此它可以让照片得到最好的质量。

传统的胶片相机对于初入图片库摄影的摄影师来说不是一个好的选择。虽然一台普通相机机身只要两三千元人民币就可以搞定。但是胶卷和冲洗费用将是一笔很大的开销，扫描费也是很高的，因为现在大部分图片库为了节省开销已经不再为摄影师免费扫描，而要求摄影师提供数字文件。

数码相机的种类实在太多了，而且更新换代非常快，你今天买的一台不错的数码相机到两年后可能就要被淘汰了。具体什么相机适合为图片库拍摄很难说，如果说经济实惠，只是用照相机来挣钱，1 200万像素以上的都可以。只是像素低的相机拍摄出来的照片比像素高的相机拍摄出来的照片竞争力就小。如果你的经济条件允许，尽可能买高像素的相机。当然要判断一台相机的好坏，像素的多少并不是决定性的因素。

从长期来看，数码相机的优势是不可比拟的。作为一个图片库摄影师，他需要拍摄大量的图片，因为只有在图片库里有一定数量的照片，摄影师才能有稳定的收入。

4.2 胶片与数码

4年前我去美国纽约市，在与当地的广告摄影师聊天的时候他们告诉我，在纽约，90%的广告摄影师都在使用数码后背，而他们的4×5、8×10相机都已经束之高阁时，我还不理解，我还在大谈胶片的质量要超过数码，特别是在拍摄广告时。尽管那时我已经在使用一台1 400万像素的135全画幅的数码相机了。但是对于数码的色彩、影像、噪点和质量，我觉得还是不理想，特别是在低照度的情况下。

但是到了今天，数码相机的方便、快捷，是胶片无法比拟的，特别是为新闻图片库工作时。新闻要求的是时效性，如果你比别人晚一步，你的商机就可能失去。但是如果你的主要市场是在商业图片库，你首先考虑的就是你手中的相机拍出来的照片是否符合市场的需求。尽管在今天的商业图片库里，百分之百的图片库都接受数码文件，他们并不要求你一定要用胶片来拍摄，但是他们的要求是非常严格的。无论是在国外，还是在国内，我的图片在广告中使用时，胶片拍摄的照片还是比用数码拍摄的多。尽管我的胶片拍摄的照片和数码拍摄的照片的比例是1∶3，但是在广告中使用的比例却是不相等的，有一段时间我甚至焦虑地猜测是否在商业图片库里，客户不选择数码照片呢？

随着科技的飞速发展，数码相机的质量已经在超过传统的胶片相机，而且数码照片的成本也远远低于胶片照片，只是看上去高像素的数码相机一次性的投资太大。这是一个摄影市场变革的时期，你处在这个时期，你能说“为了省钱，我再等下去”吗？

为了适应市场的需要，我外出拍摄一般都会带上两台相机，一台高像素的135数码相机，一台135胶片相机。传统的胶片相机主要是备用的，但是如果我认为一张照片可能是市场需要的，我会用胶片机再拍上几张。但是我相信很快我就会将传统的胶片相机淘汰掉，完完全全使用数码相机了。

这是一张用传统相机拍摄的反转片，没有人会关心它是数码还是胶片，客户关心的是你的照片是否会表现出他想要的东西。

《武夷山九曲神女峰》1995（上图）

这是一张4×5的反转片，它的清晰度是毋庸置疑的，但是作为一个图片库摄影师，有必要常常扛着大画幅相机跋山涉水吗？而且现在的3 900万像素的数码后背在大部分的商业广告摄影领域里已经取代了大画幅相机了。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫4×5相机，90mm镜头，光圈 F22，速度 1/60秒，加偏振镜，富士Velvia反转片

对于一个为图片库拍照的摄影师来说，一台120的相机是否必需呢？在几年以前，一些专门出租旅游风光照片的图片库只接受120和4×5的反转片，对于他们来说135胶片根本不在考虑之内。由于这些图片大部分是用来做广告和旅游画册的，对于商家来说，135的反转片远远达不到他们的要求。质量就是他们的生命。但是，对于大多数综合类商业图片库来说，135的反转片已经够用了。在面对同一题材、同一景物的图片时，客户当然会首先选择120的反转片，但是作为一个商业摄影师，应该首先考虑的是你所花费的成本，比较一下一张135反转片和一张120的反转片，你不难发现如果你使用120相机来拍摄，你的投入要高出多少倍，这样无疑减少了你的收入。如果再拿135的胶片相机和一台1 200万像素的数码相机来比较，同样拍摄10万张照片，你会发现拍摄的每张照片的成本是数码照片的七八倍。这还不算扫描的费用。

《内蒙古大通道》2007（上图）

拍摄这张照片时是在奔驰的汽车里。使用的相机在当时应该是顶级的35mm数码相机了，它的画质已经超过了135胶片。我相信随着高科技的快速发展，数码相机会变得更好。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，80－200mm镜头，光圈 F4，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

4.3 相机镜头

谁都知道，相机的镜头直接影响到照片的质量，如果你想进入商业图片库，那你就必须考虑购买高质量的镜头，那是你必需的设备。一只高质量的镜头无疑是一个大投资，但是与你的回报来说，就不算什么了。

我们都知道现在的单镜头反光数码相机有两种，全画幅和3/4尺寸的CCD。这就给摄影师在选择相机镜头时造成了不小的麻烦，如果你不能购买全画面的数码相机，而用较小CCD或者是COMS的数码相机拍摄时，那你相机镜头的焦距就必须乘上一个系数。假如你还有一台胶片相机用作备用机器，那就要考虑多备一两只镜头，这样才能使两台相机的焦距段保持一致。更重要的是，现在的许多新镜头都是为数码相机制造的，它们没有手动光圈，很可能不能在传统相机上使用。

选择什么样的镜头主要取决于摄影师拍摄的题材是什么。作为一个拍摄常规题材（风光、人像、纪实等）的摄影师，你需要的只是24～200mm这段焦距的镜头。从最经济的角度出发，一只24-70mm的变焦镜头和一只70-200mm的变焦镜头就可以完成90%的拍摄任务。如果你有多余的钱，又喜欢拍摄城市风光，那么一只17-35mm的变焦镜头可能比70-200mm镜头更加适用。

有人会提出问题，你不是说要高质量的镜头吗？那为什么还要用变焦镜头呢？现代的变焦镜头已经和20年前不一样了，它们的质量已经完全可以满足商业图片库的需要。为了方便拍摄，我从20世纪90年代后期就没有用过定焦镜头。对于数码相机来说，不断地更换镜头无疑会给数码照片带来更多的脏点，使得摄影师在后期花费大量的时间来修图。

对于一个喜欢拍摄体育和动物的摄影师来说，一只大口径的长焦距镜头是必备的武器。由于拍摄这方面题材的摄影师比较少，所以图片库里这方面的照片也就少得多。市场上对于体育和动物方面的照片需求量是很大的。如果你喜欢拍摄体育和动物的照片，这样的投资还是很值得的。

《长江巫峡》2005
（左图）

长江三峡是重要的旅游地，特别是三峡大坝的建设，更使它受到国内外的关注。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F4，速度1/250秒，RAW格式拍摄

如果你喜欢拍摄微距和自然，或者一些概念性照片，那一只微距镜头是不可缺少的。最常用的两只镜头当数105mm和180mm。相比之下，180mm或者200mm的微距镜头会更加适用，因为在拍摄昆虫的时候，你不可能靠得太近，否则你的动作将会吓走昆虫。当然选择180mm的镜头将多花你一倍的银子。

4.4 灯光、滤色镜和其他附件

电子闪光灯可能是你在室内拍摄商务人像和工作场景必需的。大部分的办公室和商业场景的灯光都是日光灯，如果你用胶片拍摄，就必须考虑胶片的色温。更重要的是，如果你只使用现场灯光，你在大部分的时间都不能有效地控制光线，很难创造出一张市场畅销的照片。

两盏500W的电子闪光灯，外加一只机用闪光灯，对于一个图片库摄影师已经够用了。通常在室内拍摄时，如果房间不大，我们可以把闪光灯打向白色的墙壁，利用墙壁的反射来提高亮度。因为图片库的照片要尽量做到自然，符合现场的光线，切记不要让打出的光线像是在照相馆拍摄时一样。

《商业人物》2006（左图）

剪影的照片在图片库里并不一定是畅销的照片，因为它们表现不出人物的表情和情绪，只能靠人物的动作来传达某种信息。

摄影师： 陈小波

摄影数据： 柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈F11，速度 1/125秒，RAW格式拍摄

有许多摄影师在拍照片时不使用滤色镜，不知道他们是不会用，还是不喜欢用，但是滤色镜的功能却是不可缺少的。现在有人认为有了Photoshop就可以不用滤色镜了，但是我认为这两者的作用是不一样的。滤色镜尽管种类繁多，但是对于商业片的拍摄来说，真正使用到的也只有那么几片。

《国会山庄》1997（上图）

为了压暗天空，突出国会山庄的白色，在镜头上加上偏振镜。

摄影师：陈小波

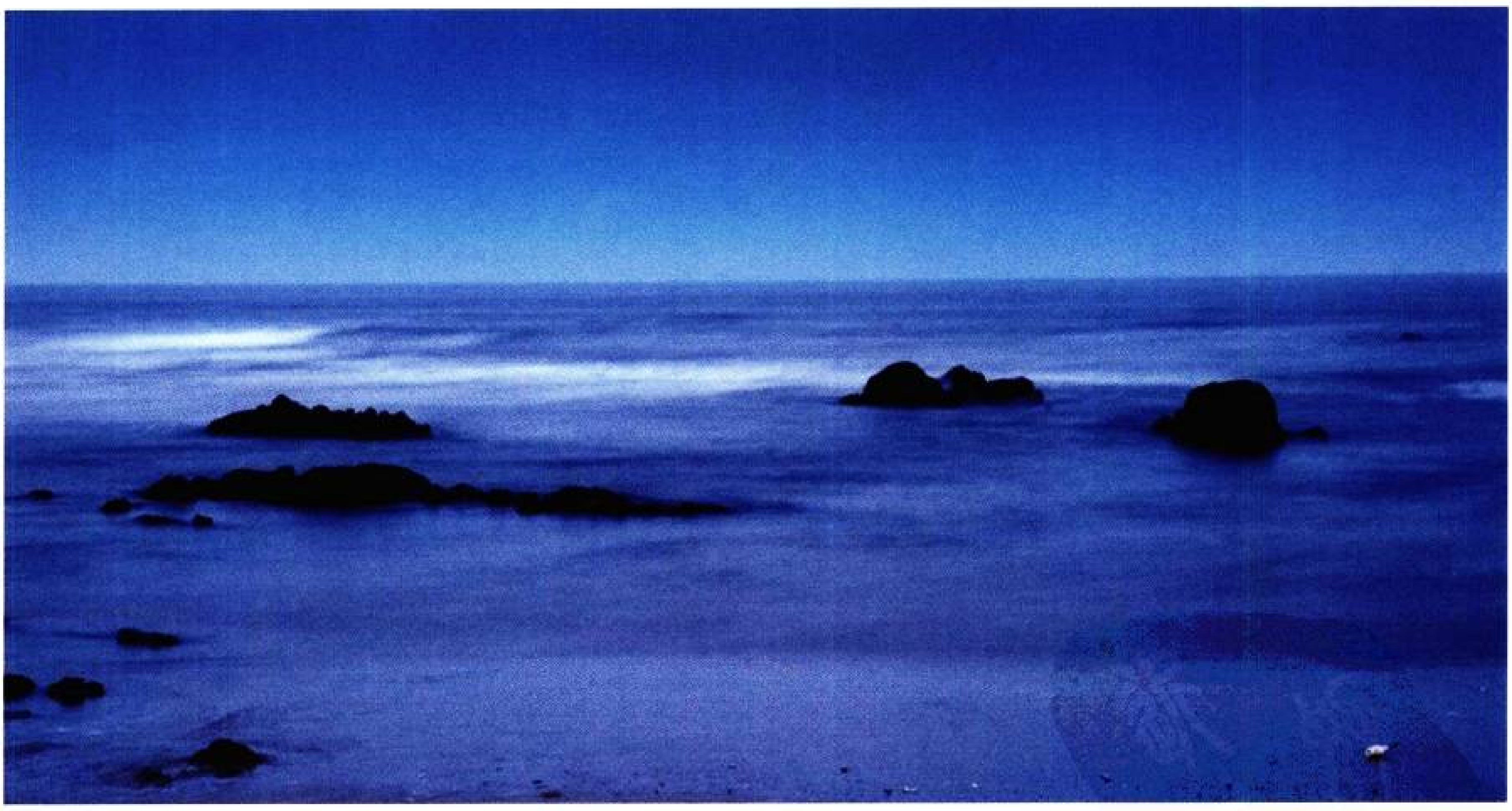
摄影数据：林哈夫4×5相机，90mm镜头，光圈 F22，速度 1/15秒，富士Velvia反转片

偏振镜：我们都知道偏振镜的作用是消除偏振光。除了可以消除水面反光和玻璃的反光外，它最主要的用途是消除天空中的偏振光，达到压暗天空，使得蓝天更蓝，突出白云的效果。对于拍摄风光和旅游照片的摄影师来说，这是他们创作出一张商业片的不可缺少的摄影附件。

中性灰滤色镜：中性灰滤色镜的主要作用就是压暗景物的亮度，例如，我们拍摄一个小溪流水时，为了表现流水的动感，常常需要使用慢速度。但是由于景物的亮度较高，如果你使用了长时间曝光，如20秒，你的照片就会曝光过度。这时可以使用中灰滤色镜来压暗亮度。

渐变灰滤色镜：当你面对早晚太阳升起落下的景色时，强烈的天地之间的反差会使照片的亮部和暗部层次都不存在，这时候适当地选用渐变灰滤色镜可以很好地调节这种反差，还原景物的原有层次，使你的照片色彩更加丰富。

以上3种滤色镜是我在多年的摄影实践中最喜欢使用的，也是我外出时必备的摄影附件。



《流动的海水》2007（上图）

拍摄这张照片时，为了表现海水涨潮时的流动感觉而使用了长时间曝光，但为了不使曝光过度加用了偏振镜和3号中灰滤色镜。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，24－70mm镜头，光圈 22，速度 20秒，RAW格式拍摄

三脚架：对于一个专业摄影师来说，照片的清晰度就是他的生命。一张构图完美，用光独特，拍摄时机准确的照片，如果它不清晰，哪怕只是放大后的不清晰，对于图片库来说都是一张垃圾照片，没有一个专业的图片公司会接受这样的照片。

《香港九龙》1995（上图）

三脚架是拍摄夜景必不可少的器材，有时在白天拍摄时，为了达到某种效果，三脚架也是必需的，三脚架的稳定性是最重要的，不可因为图轻便而使用不合适的三脚架。

摄影师：陈小波

摄影数据：林哈夫V型4×5相机，90mm镜头，曝光数据不详，富士Velvia反转片

《中国雨伞》2006（下图）

我们常说民族的就是世界的，具有中国民族特色的图片常常会被国外的客户选作宣传和文章的配图。我认识的一个美国图片库摄影师在中国拍摄了一张雨伞厂工人手工制作传统的中国雨伞场景的图片，这张图片几乎每个月都会给他带来不错的收益。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F8，速度 1/250秒，RAW格式拍摄

《第五大道上的橱窗设计》2000（上图）

大多数摄影师可能从没有想到要拍摄这样的照片，但是这张图片放在图片库里却多次被销售出去，这就是市场，没有人可以准确地告诉你什么样的图片可以出售，什么样的图片卖不出去，可能你认为好的图片永远出售不了，而那些你认为不好的图片却一次又一次地被卖出。

摄影师： 陈小波

摄影数据： 尼康FE2，28mm镜头，光圈 F2.8，速度 1/30秒，富士Velvia反转片

在近30年的摄影生涯中，我用过许许多多的不同种类的相机，如135相机、120相机、4×5相机、8×10相机。我也曾一个人背着100多斤的摄影器材到处旅游拍照。但是，如果你仅仅是为商业图片库拍照，我认为两台135相机，17–35mm、28–70mm、80–200mm的镜头，一只偏振镜，一只渐变灰滤色镜，一只中灰滤色镜，一个三脚架，两只500W的电子闪光灯，一只机上闪光灯，就可以完成大部分的拍摄题材了。尽管我也使用120、4×5等中画幅和大画幅相机，但是那只是为了拍摄广告和艺术创作时才使用的。

以下是我使用的摄影器材。

林哈夫 4×5相机，65mm、90mm、150mm、210mm镜头。

哈苏 120相机，80mm镜头。

玛米亚RB67 120相机，50mm、90mm、180mm镜头。

尼康 N90s 135相机。

柯达14N 135数码相机。

尼康 D300 数码相机。

尼康 17–35mm、28–70mm、80–200mm、24–120mm、18–200mm（DC）镜头。

适马 10–20mm 镜头。

佳能 1DS MARK II数码相机，24–70mm、70–200mm镜头。

偏振滤色镜，中灰滤色镜，渐变滤色镜。

大小各一个三脚架。

这里有一些照相机已经很少使用了。

4.5 图片的后期处理

现代的信息时代就是数据时代、数码时代。所有的信息都变成数据，变成数码。数码时代带给摄影的冲击就是数码摄影。有了数码相机，就必须要对数码相片进行处理。这样一台高速的电脑就是必不可少的工具。

电脑：作为数码摄影的后期处理和传输照片的工具，电脑是摄影师必不可少的。电脑的发展也是日新月异的。你今天买的电脑，半年后可能就要被淘汰了，但是你不可能为了省钱去等待。

什么样的电脑配置对于摄影师来说是最好的？这里没有最好的，只能选择最适合你的，你的预算、你的使用需要，你为谁拍摄？是为网络新闻图片库拍照？还是为商业图片库？是为国外的商业图片库拍摄还是为国内的商业图片库拍摄？如果你仅仅是为新闻图片库拍摄，那买一台三四千元的电脑就够了，因为新闻编辑类图片不需要很大的文件，电脑的配置不高也可以。但是如果你想进入商业图片库，拍摄的图片文件量都很大，那么8 000～10 000元的电脑可能就是必需的了，因为处理大文件量的图片需要时间。

购买电脑主要考虑的是电脑的几个主要部件。CPU运算速度要快，内存要大，这主要是为了做图、传输节省时间；硬盘要大，因为每一张照片的文件可能都很大，你还要备份；为了做图快速，你电脑的显卡最好是独立的。我的电脑内存是4GB，硬盘是500GB，另外还有4个250GB和2个160GB的外接硬盘。随着你手中的照片越来越多，你会不断地购买硬盘，购买时不必买太大的，一般很大的硬盘比较贵，要选择性价比较高的。如果硬盘坏了，损失也不会太大。

DVD刻录机：是必需的，因为你常常要将编辑要的图片刻成盘送出去，或者要把自己的照片刻成盘送给图片库。因为每一张照片文件都很大，你不可能通过网络把它传出去。记得有一次我将一张64MB的图片传到美国，花了两个半小时。

显示器：显示器的尺寸为17～21寸就可以。重要的是买来后要把颜色调好，这点非常重要。如果你没有调好颜色，只是按照自己的显示器的颜色去做照片，那么你送到图片库里的照片在别人的显示器里颜色可能就不对了。这样就会影响你图片的销售。

扫描仪：对于一个主要拍摄胶片的摄影师来说是非常重要的。扫描仪的好坏不仅仅要看扫描出文件的大小，还与扫描仪的其他指数有密切的关系。如果你主要是为图片库拍摄而使用扫描仪的话，我建议你最好买一台专门扫描反转片的扫描仪。

Photoshop：商业图片摄影师最常用到的软件。它的功能强大，是摄影师必不可少的工具。无论是编辑，修图，调整反差、色彩、饱和度、曝光，还是用来编写说明和关键词都要用到它。

《空中的人民币》2007（上图）

抽象、创意、概念这些名词不知道什么时候开始流行在图片公司。去Gettyimage或者是Corbis看看，你会发现它们的网站里只把图片分成两部分，创意类和编辑类图片。

图片后期进行了合成，用一张蓝天的照片替代了原来的背景。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，105mm微距镜头，光圈 F11，速度 1/125，一盏闪光灯，RAW格式拍摄

《抽象》2006（上图）

图片公司里图片的题目、描绘、关键词是一张图片的组成部分，特别是关键词。大部分摄影师可以拍出很好的照片，但是却不愿意动手写关键词，这对于他们来说无疑是个重大的损失。即使一个摄影师有上万张适合市场的图片在图片公司放着，如果每张图片没有相应的关键词，那客户也永远没办法找到你的图片。要知道每家图片公司里都有几十万，甚至上百万张图片在库里，客户是用搜索引擎来找照片的。如果你的照片没有关键词，或者一张图片只要一两个关键词，那么客户可能永远找不到你的照片。你就失去了销售自己照片的机会，因此，写好关键词是一张照片销售好的前提。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，105mm镜头，后期在电脑上合成

4.6 为图片写说明和关键词

无论图片拍得有多好，无论有多少张照片放在图片公司里，如果不能把图片的说明和关键词写好，那你永远不可能从图片库里挣到钱。写好关键词就像拍好照片一样，有时甚至比拍好照片更重要，作为一个图片摄影师，你必须明白这一点。

在这里我想谈谈用Photoshop CS2来写说明和关键词，这是到目前为止我发现的最快捷、最省事的方法。

打开Photoshop CS2软件，单击文件浏览器，这时一个新的窗口将打开，名字是Adobe Bridge。文件浏览器分为两个主要的部分：主窗口和调板区域。主窗口用来显示图片的缩略图版本。调板包括3个区域，最上面的用来导航图片，中间的用来放大在右面窗口选择的缩略图片，最下面的窗口用来查看所选图片的信息。调板区域中有一个元数据调板，它用于查看摄影时由数码相机插入图片内的数据。与元数据调板并列的是关键词调板，我们这里主要是利用元数据调板来编写照片的说明和关键词。

在元数据的窗口下分为4个部分，第1部分是文件属性，第2部分是IPTC，第3部分是相机数据（Exif），第4部分是相机RAW。这里只有第2部分是需要摄影师自己填写的，其他部分都是不可改动的。第2部分的IPTC（International Press Telecommunications Council，国际新闻电信委员会）里包括了照片作者的名字、职业、地址、电话、邮箱，照片题目、照片说明等。这些信息都是由摄影师自己填写的，完成后所有的信息都会和照片一起绑定。今后无论你复制照片，还是把照片传到图片库时，只要打开浏览器，这些信息就会显示出来。

当你完成了这一步后，就可以去写照片的关键词了。单击关键词，你会发现窗口出现了“事件、人物、地点”等选项。单击文字左边的小三角，每一个名词下就会有不同的小项。例如，在“事件”下就有婚礼、毕业典礼、生日3项。当然Photoshop CS2所带的关键词是远远不够的，摄影师还需要添加许多的关键词，可能会有上千关键词要加上去，完成这一步之后你就可以给你的照片添加关键词了。打开一个文件夹，如果文件夹里的照片都是一次拍摄的，我们就把所有的照片都选中。例如，这个文件夹里的照片都是故宫，那么就把它们都选中，然后在左边的窗口中选择相应的关键词，如故宫、皇宫、明清、中国建筑、宫殿等，这样这些关键词就都和照片绑定了，你不必每次给图片库上传照片时为每一张照片填写关键词。这无疑给摄影师节省了大量的时间。

《曼哈顿中城之夜》1996（上图）

纽约是世界性的大都市，不夜之城。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康F4，50mm镜头和300mm镜头，二次曝光，曝光数据不详，富士Velvia反转片

第五章 怎样进入图片库

读了前面的内容，一定有许多人想试试了吧。多么理想的职业呀，可以到处旅游，拍你想拍的照片，没有老板盯着你，不用看上司的脸色，也没有客户的纠缠，只要把照片拍完送到图片库里就可以等着钞票进到自己的口袋里了。多么惬意!

即使是一个在其他摄影领域里很成功的摄影师，当他转行到图片库摄影时也不一定就保证能成功。也许他们不用在摄影的器材上投资，他们可能也掌握了摄影的基本技术，但是我们知道摄影的门类是划分得非常细的。由于拍摄的主题和客户都不一样了，当你由摄影的其他门类转到图片库摄影时，面对的将是一个全新的行业，必须重新学习才能真正了解什么是图片库摄影，什么样的照片是市场需要的。

5.1 摄影师的自身定位

网络让所有的人在市场面前一律平等。不论你是业界的巨头或者是一位个体摄影师，大家面对的是同一个市场，同一个买家。如果你的市场策略运用得当，如果你是一个不错的摄影师，买家就可以通过互联网找到你，无论你是住在北京、上海这样的大城市，还是住在一个小县城里，不用出门，你就可以找到你的客户。

《南瓜》1999（右图）

拍摄水果、蔬菜并不一定在影室或者家中，有的时候在市场里也会遇到好的图片库照片，这张照片是在曼哈顿街头拍摄的。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康F4，80－200mm镜头，拍摄数据不详，富士Velvia反转片

《橙子》2006（左图）

这类水果照片拍摄起来是比较容易的，这张照片就是在我家厨房里，利用透过窗户射入的阳光，在加上反光板拍摄的。但是在拍摄前购买水果时一定要挑选最好的水果，千万不能因为省钱而买便宜货，否则拍完之后你会后悔的。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，80－200mm镜头，光圈 F8，速度1/250秒，RAW格式拍摄，自然光加反光板

当今的社会分工已经非常细了，作为一个摄影师你也不可能什么题材的照片都能拍摄。新闻摄影、广告摄影、人像摄影，每一个摄影门类都有它自己的特点。同样，图片库摄影也有着它的特色和窍门。它和某些门类的摄影比起来可能没有那么大的难度，而只是把常人所见到的景物、人文拍摄得更好看一点。我们知道艺术性的照片和图片库的照片是有很大的区别的，所以在拍摄时，这两者的拍摄方法也不尽相同。艺术类的照片在市场上很难卖，但是那些视觉效果好的，有冲击力的照片却能畅销。尽管在拍摄时只有不大的差别，但是市场的效果却是不一样的。

如果你想拍摄市场流行的照片，那就要很好地浏览一下现在的通俗杂志，看看那里的照片，你就能在自己喜欢的艺术照片和市场畅销的照片之间达到一种平衡，也许你可以找到一种满意的结果。

作为一个摄影师，不论你是专业摄影师，还是业余摄影师，在进入这个市场前都应该给自己一个很好的定位，如果你不是一个玩家，而是认真地想让自己的投入换回一些报酬，那最好能考虑一下下面提到的几个方面。

如果你是一个新闻摄影记者，又非常喜欢自己的职业，那不用多说，做好你的本职工作，把那些多余的照片投入图片库，它们就可以为你挣钱。如果你是一个自由职业摄影师，或者就是一个业余摄影师，只是想把自己的喜好换成钱，那就应该很好地研究一下市场，给自己一个定位。

我们都知道，诸如风光旅游、日出日落、名胜古迹的照片在任何摄影师手里都会有不少，在图片库里这样的照片也多如牛毛。这样的照片投入市场后竞争力恐怕就很小，就像现在的摄影比赛一样，每当两年一次的全国影展征稿快结束时，无数的照片就如同雪花般地飞来。但是征稿结束后，工作人员却犯愁了，因为在所设立的彩色和黑白奖项中，彩色照片要比黑白照片多出几十到上百倍，可想而知，如果你投的是彩色照片对手将有多少，但是你如果是在竞争黑白奖项的话，你的对手又能有多少呢？这么简单的数学题我想人人都可以解出吧。

不久以前，我曾在一些摄影网站上发了一条消息，是一家瑞士的出版社想出一本关于中国雕塑的书，需要几张五台山南禅寺内部佛像的照片，但是几天过去了，竟然没有人拍过那里的照片，我上网查了一下，南禅寺还是一个比较著名的建筑。这说明了一个问题，如果你的定位准确，如果你拍摄的照片是市场需要的，那你就可以毫不费力地把照片换成钱。

无论是已经在摄影圈里混迹多年的老手，还是刚刚进入此行的新手，都应该在开始准备进入图片库摄影前给自己的拍摄方向准确定位。这是一件事半功倍的事情，如果在事前就准备充分，你的投入和回报将很快显现出来，如果你没有准备充分，很可能就会以失败而告终，你的照片在图片库里也许一年、两年都没有收益。

确定自己的拍摄主题是什么，不要盲目地跟风。如风光、旅游、日出、日落、小花、小草，这些题材的照片是大多数摄影师喜欢拍摄的，特别是一些初学摄影的爱好者。但是这些照片在图片库里使用的概率很小，而且数量又很多，真正能靠拍摄这类题材照片生存的摄影师在全世界来说都是少之又少的。如果你选择这样的题材作为你的主要拍摄方向，那我只能告诉你，前途是非常渺茫的。你不可能靠拍摄这样的题材养活自己，更别说支撑摄影事业了。什么样的题材是应该选择的呢？除了前面提到的那些题材外，你喜欢拍摄的题材还有什么呢？把你喜欢拍摄的题材好好地整理一下，儿童、青少年、老人、老爷车、体育运动、教育、商业、医疗、交通运输、抽象、园艺等，这样的题材举不胜举，如果你能在这些题材中选取三四个去拍摄，那你的图片随着时间的推移就会不断增多，你的收入也会不断提高。

《纽约中央公园》2000（左图）

对于一张城市风光照片来说，缺少人物的活动，被使用的几率就小。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 F4，24mm镜头，光圈 F16，速度 1/125秒，富士Velvian反转片，加偏振镜

编辑类的图片包括的范围是非常广泛的。图片编辑现在非常喜欢到那些专门的图片库或者是专门拍摄这类题材的摄影师那里去寻找他们需要的照片。他们工作压力大，有时截稿时间又紧张，没有时间到处去找照片。他们希望在最短的时间里找到需要的照片。

如果他们认为你是一个很好的摄影师，而你又能经常在截稿日期前提供他们需要的图片，那你就进了他们的“黑名单”，你的照片就能经常出现在他们的杂志上。因此，专业化、广度化、深度化是你拍摄的指南。在摄影图片这一行里我们需要的是专业和专一，而不是“万金油”。

花点时间来研究一下自己究竟是一个什么类型的摄影师，自己喜欢拍摄的题材，找出自己的优势，那就是你进入商业图片库摄影的一个很好的开端。例如，你的拍摄题材中有中国民俗，你拍摄了一张下中国象棋的图片，这张图片就可能被用在广告上，表现中国的一种传统，也可以用作一张插图，表现人们集中精力，表现人们思考问题，表现人们的竞争和奋力向上的精神。

拍摄你能把握的题材，并不等于放弃前面说的大众化的图片、旅游、风光等。我只是想告诉大家，把自己定好位，拍那些挣钱的照片，这与自己完全凭喜欢拍摄是两码事。每个人的精力都是有限的，你不可能拍摄好所有的题材，那样你可能什么也拍不好，只能拍到一些普通照片，因为你的涉猎太广，而在每一个拍摄题材上都不可能深入下去。对于你所拍摄的照片，图片编辑和艺术总监可以很容易地在其他地方找到，也许比你拍摄得还好。他们只喜欢和那些能提供准确信息，拍摄具有视觉冲击力照片的摄影师打交道。

随着中国经济的快速增长，国内一些专业化杂志在摄影图片方面的支出从每月数千元增加到数万元。你只要不断地向某些杂志卖出过几次照片，编辑也许就会给你一些拍摄任务，同时你所拍摄的这类照片还可以放到图片库去销售。这是一个两全其美的方法，何乐而不为呢？

《校园内》1998（右图）

在一次小学校的活动中拍摄了这张照片，人物照片主要是抓住人物的表情、神态。这类照片是编辑比较喜欢用的。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 F4，80－200mm镜头，光圈F8，速度 1/250秒，富士Velvia反转片

5.2 怎样进入图片公司

对于一个已经在摄影行业中工作过几年的摄影师来说，拿出几千张照片不是一件难事，但是对于想进入这行的新手来说，准备几百张照片也不是马上就能办到的。

我第一次去图片库还是在1990年，那是世界上最大的图片库之一，纽约的黑星图片代理公司。是一位美国摄影师介绍我去的，我带着大约300张反转片去了那里。我与代理公司老板谈了很久，受益匪浅。当我看着一位女编辑拿着观片器看我的反转片时，我紧张地坐在旁边。那是我第一次见到用Loupe（一种观片放大镜）看反转片。20分钟后，她微笑地对我说："我很喜欢你的照片，它让我看到在中国发生的许多事情，我们对那里了解得太少。你的照片构图很好，表现的内容也不错，但是这里面有两个问题：第一，有些照片不够清晰，其中有许多是手的抖动造成的；第二，有不少照片的色彩还原和色彩饱和度都不够，这可能是在一家公司冲洗的。"她接着说道："我们愿意接受你为我们的会员，但是你必须重新整理你的片子，将不够清晰和色彩还原不好的照片拿掉。图片市场是个竞争非常激烈的市场，每一张照片在技术上不应该有任何一点的失误，无论你拍摄的内容多么好，让人看了爱不释手，但是如果这张照片有一点点技术上的问题，我们就不会接受这张照片，因为市场不会接受它。总体上来说照片市场是供过于求的。如果你的照片质量不好，你就将被淘汰。因此我们要的是质量而不是数量，这是一家公司赖以生存的首要条件。"

图片是一种商品，经营图片的代理商就是商人，商人首先考虑的就是商品的质量，任何一种商品如果没有合格的质量标准就很难与旁人去竞争。作为一个摄影师，如果想进入这个市场，就必须仔细地检查自己的图片是否符合图片库的标准。每一个图片库的标准都是不一样的。一般来说，网络图片库、新闻图片库的要求比较低，照片的文件量较小。而一般商业图片库的要求就比较高。但是无论是哪一类图片库，他们都不能接受那些色彩还原不好、对焦不实的照片。这是最基本的要求。

《纽约布鲁克林大桥》2001（左图）

布鲁克林大桥是一个钢索吊架桥，上面走人，下面过车。拍摄的时候，我使用长镜头来压缩纵深以达到更好的视觉冲击力。隐约可见的美国国旗可以说明这张图片是在什么地方拍摄的。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 FM2，80－200mm镜头，光圈 F8，速度 1/125，富士Velvia反转片

当你准备进入图片库时，仔细地整理、归类、编辑自己的图片是第一步，你可以将一次拍摄的图片放在一起，把他们编号，把那些焦点不实和色彩还原不好的照片拿出去。如果你拍摄的是反转片，你一定要在每一张反转片的片框正面写上你的名字、地址、电话。然后插入一种透明的反转片夹，每个夹里可以放置20张135反转片，这是国际通用的方法。如果你拍摄数码照片，那你需要把你挑选出来的数码文件编号。同样，你需要仔细地检查你的照片，把不合格的照片删掉，然后刻一张盘。记住，不要把在同一地点拍摄的几张照片都放进去，如果你对自己拍摄的哪张照片最适合图片市场的需要没有把握，也不要把同一景物的照片全部交给图片编辑去选择，那样的话图片编辑会认为你自己没有做编辑工作而把这一工作完全交给了他。同一景物的照片最多只可以给两三张。如果你还有多余的可以送给其他的图片库。

在整理、编辑完自己的照片后，要给每一张照片写说明，这是一个比较枯燥而花时间的工作。说明包括9个方面：1. 作品的编号；2. 作品的类型（135，120或是4×5反转片，数码文件，文件大小等）；3. 拍摄地点；4. 拍摄的时间；5. 作者；6. 标题和内容；7. 是否有肖像权；8. 是否有财产权；9. 关键词。照片说明有两种写法，一种是用微软的Excel文档来写，这样的写法比较花时间，因为你要写上每张照片。一种是用Photoshop来写，这样可以一批批地写，比较节省时间。而图片库收到你的光盘后，只要右键单击电脑中任意一张照片，就能发现作者、拍摄时间、地点和关键词等有用的资料。

要提醒大家的是，关键词的正确与否决定了客户是否能找到你的图片。你写的与你拍摄的照片相关的词汇越多、越准确，客户找到这张照片的可能性就越大。如果你懒得写关键词，客户可能永远找不到你的照片。例如，你有一张金山岭长城的照片，在关键词里就应该写上：亚洲、中国、北京、长城、金山岭。这样，只要客户在图片库网站里打上这5个词中的一个，你的这张长城照片就会出现在客户的眼前。

一般来说，你拥有500张精心编辑好的照片就可以去找图片代理了。有的图片代理还要求，除了你交给他们代理的这些照片外，摄影师每年要完成一定数量的图片交给图片商。图片商喜欢那些孜孜不倦地提供图片的摄影师，只有当摄影师的图片源源不断地进入图片库后，摄影师的收益才能显示出来。

《纽约海滩》1998（上图）

夏日在一个多云的天气拍下这张照片，图片库的照片最好是蓝天白云，但是处在北半球的美国和中国一样，当你从北向南拍摄时总是逆光，因此在一个多云的天气里拍摄可以说是最好的选择。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 F4，35mm镜头，光圈 F11，速度 1/60秒，富士Velvia反转片

《国会山庄》1996（上图）

美国国会山庄是可以随便参观的，在华盛顿特区，所有的美国国家博物馆都可以免费参观。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 FM2，24mm镜头，光圈 F11，速度 1/60秒，富士Velvia反转片，加偏振镜

5.3 选择图片代理商

要找到一家好的图片代理商不是一件容易的事，事实上现在的图片代理商很多，层次也参差不齐。像Getty Image和 Corbis这样的全球连锁大公司，你就不要打它们的主意了。它们在国内都有代理，但是它们拒绝接受新的摄影师，最主要的原因是它们的摄影师已经很多了，如果过多地接受新的摄影师必然对现有的摄影师的收入有影响。当然如果你认为自己是一个不错的商业图片库摄影师，只要有一定的毅力，我相信你一定可以成为它们的签约摄影师。如果你在它们那里有500～1000张照片，通过它们在全球高效的运行网，你就可以躺在家里，一辈子不愁吃穿了。

《校园生活》1997（上图）

校园生活是图片库摄影的一个方面，它包含的范围很广，可以从小学到大学，可以是学习，也可以是生活。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 FE2，80－200mm镜头，光圈 F8，速度 1/250秒，富士Velvia反转片

你最好选择一家或几家中小型的图片代理商试试。一般来说，中小型的代理商代理的图片从几万张到几十万张，它们需要更多的新人，这些新人可能会给图片库的照片带来一些新观念，或一个新角度，让图片库的客户有不同的选择。因此图片代理比较喜欢看到新的作品，实际上当图片成为商品之后，它就像其他的商品一样需要不断地创新、改革，如果没有新意，人们就会对图片产生视觉疲劳。

中国的网络图片库里的摄影师可能有上万人，有一次一家网络图片库的人非常自豪地告诉我，他们图片库里的摄影师有上万人，我听了后暗暗吃惊，像这样的图片库决不会保护摄影师的利益。摄影师在那里也很难挣到钱。这样的网络图片库在中国有许多，比较著名的也有四五家，尽管都是新闻图片库，但是也各有侧重。

有一位网络新闻图片库的编辑和我说，尽管这种图片库里的图片价钱很低，但是有一部分摄影师在那里一个月也有几千到上万元的收入，主要看拍摄的是什么题材。一般拍体育和娱乐新闻的摄影师的收入都还不错，第一，其中有些摄影师本身就为报纸拍摄，他们有信息，有好的设备，有进入这些场地的优势；第二，摄影师可以把自己拍摄的新闻图片同时发到几家网络图片库里，尽管每张图片摄影师只拿到二三十块，但是如果你发给10家呢？20家呢？而且这种新闻照片一般不会一次只用一张。

有许多摄影师的朋友问我，把图片放在图片代理那里就不怕他们卖出去，不付款给你吗？我也曾好心地劝说一些工作多年的摄影师把自己的图片放到图片库去，但是他们给我的回答是：“NO（不）”。这些摄影师总是害怕图片库会把底片损坏了，或者卖出去照片不付钱等。总之他们认为把反转片放在自己家里是最保险的。

摄影师把照片放在家里的保险柜里肯定不能产生经济效益。随着时间的推移，有些图片的价值就会越来越小或者消失。而放到图片库里，只要这些图片符合市场的需要，它就能给摄影师带来经济利益。随着照片数量的增多，经济利益也就越来越大。市场同时也是检验你照片的一个标准。对于图片库是否能付款的问题，我认为，大部分的图片库都会付款，只是有能否及时付款的问题。可能有些图片库会拖延付款的时间，这里面有两种原因，一是有意拖欠，二是管理混乱，毕竟中国的图片库行业还是非常年轻的行业。那些有意不付款的图片库是不可能长久生存下去的，而且他们要冒着经济上损失的危险。图片代理商卖出你的一张照片，而没有付款，如果被你或者你的朋友发现了，他的赔款可能就是上百倍，对于他们来说是非常不合算的。

《内华达州的湖》1989（左图）

清晨在高原湖泊边拍摄了这张照片，它给人一种安逸和宁静的感觉。

图片主要被用在画册和挂历中，也被用在介绍当地旅游的文章中。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 FM2，24mm镜头，光圈 F11，速度 1/60秒，富士Velvia反转片

其实我过去也和大多数国内的摄影师一样有这种想法，对国内的图片库有不信任的感觉。以至于我刚刚回国时并没有把自己的图片放到图片库里去。但是在这两年与图片库的交往中我并没有发现重大的问题，最多就是有的图片库不能及时付款。

图片库与摄影师是一个相互依赖的群体，图片库没有摄影师就像一个商家没有了产品。而摄影师没有了图片库就像那些把自己生产的产品堆积在库房里没有销路的商家一样。二者相辅相成，只有共同努力才能达到双赢的局面。

《纽约长岛》1998（上图）

一个秋天的下午，在纽约长岛拍摄了这张照片，我觉得在拍摄照片时应该表现出当地的一些特色。逆光的运用使线条产生了很好的轮廓感。它被多次用作文章的插图。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 FM2，80－200mm镜头，光圈 F11，速度 1/250秒。富士Velvia反转片

《纽约港》1998（下图）

纽约港是个非常美丽的地方，一张大场面的图片很能说明问题但是要想拍好这样的照片也不容易。一个高角度很难找到。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 F4，300mm镜头，光圈 F8，速度 1/250，富士Velvia反转片，三脚架

怎样选择一家或多家图片库呢？你必须对自己的图片有所了解。在前面我们已经让摄影师把自己的图片做了分类，根据自己的图片分类和自己的喜好再决定什么样的图片代理最适合自己的图片和自己的拍摄题材。如果你想在商业图片库里发展，你认为自己的图片已经达到商业图片的水准，那么你就开始寻找商业图片库。如果你是初入此道的新手，自己的图片又达不到商业图片的要求，你喜欢拍摄新闻类的图片，你就选择一家做新闻编辑类的图片库。

选择一家好的图片库是摄影师进入这一行业很关键的一步，因为图片库是一个长期的投资，它的回报也是需要时间才能看出来的。尽管摄影师可能没有太多金钱上的损失，但是时间上的损失可能会是巨大的。

首先上网去寻找一些图片库，利用搜索引擎以“图片库”关键字进行搜索，大部分的图片库都能显示出来。看看它们的介绍，大概对这些图片库有一个了解。如果可能你最好打一个电话和他们聊聊，主要了解下面几个方面：图片库成立多久了；销售情况如何；是否有透明的账目（摄影师是否可以见到自己图片的出售情况，包括图片出售多少、图片的价格、出售的时间等）；与摄影师的签约合同。通过谈话，你对这家图片库应该有一定的了解。

在签约合同里有一条最重要，那就是图片代理是否对你的图片要求全球独家代理。如果是这样你要非常慎重，因为一般的图片库都要求3～5年的代理，也就是说在这几年里你不可以把同样的图片给别的图片库去代理。如果你的图片在签约的图片代理那里销售得不理想（也许是你的照片拍得不符合市场的需要，也许是图片库的销售渠道不好），你也不可能把照片再给其他的图片库去代理了，这样你就损失了几年的时间。

尽管近些年来这一要求在许多的图片库里都取消了，但是在商业图片库中，这一条款大部分还保留着，因为商业图片库主要的客户都是广告客户，所以单张照片的价格都很高。为了垄断图片、减少与自己同类图片库的竞争，它们的合同中都会有这一条款。

在后面的附录中我给摄影师朋友们罗列了一些中国和世界各地的图片库的网站，并对其中的一些进行了分析。

没有一个图片代理希望见到同样的照片出现在竞争对手的图片库里，但是大部分的图片库摄影师都会有两三家图片库在代理自己的照片，有的摄影师甚至在全世界范围内有超过10家图片代理。并没有法律上的要求说摄影师只能把照片放在一家图片库里，但是这里也有着不成文的规定，同样的照片不能放在不同的图片库里，除非这张图片是RF类型。作为摄影师来说，如果你想进入这一行业，就应该遵守游戏的规则。

《现代建筑》1994（左图）

建筑类图片是图片库非常需要的，特别是中国经济的快速发展带动了各行各业的飞速成长，无论是国内还是国外都需要这类图片。

摄影师：陈小波

摄影数据：佳能1DS MARK II，24－70mm镜头，光圈 F11，速度 1/60秒，加偏光镜，RAW格式拍摄

当你准备进入图片库时，你要仔细地研究这家图片库的风格、图片种类、他们的客户，如果这家图片库接受了你的图片，他们也会仔细地挑选你所提供的图片。不要认为他们会什么图片都收，一家严肃的图片库会仔细地审查你的图片，然后留下那些他们认为有市场价值的图片，为它建立档案，编辑它，再把它放到网上，把剩下的图片退回给你。当你收到这批退回的图片后，你还可以把它们送给你选择的第二家图片库。但是切记不要把同样的图片送给不同的图片库，否则你很可能被列入“黑名单”，对你今后的摄影生涯有不好的影响。

还有一种方法就是把自己的图片分类，将不同主题的照片分送给不同的图片库。你可以把风光旅游类的图片送给专门从事这类图片销售的图片公司，而将自己拍摄的概念和生活类的图片提供给另一家图片库。总之尽量避免将两种基本一样的照片送给两家图片库。

一张图片送给两家图片库这种情况在国内很普遍。这也是情有可原的，因为国内的图片价格实在太低了，摄影师只能将图片漫天地撒下才可能养活自己。其实这是一种非常错误的做法。如果你想进入国际市场，你就必须按照国际上的游戏规则做。

《新墨西哥州的白沙国家公园》1989（左图）

这里是美国第一颗原子弹试射地点。现在它是一个旅游地。这里的沙子像雪一样白，很多人都会认为这是一片白雪。拍摄这种图片一定要曝光准确，因为物体是一个高亮度的景物。机内测光常常会产生错误的曝光。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康 FM2，24mm镜头，光圈 16，速度 1/125秒，富士Velvia反转片，加偏振镜

第六章　通过网络销售自己的图片

现在的网络已经进入了Web 2.0时代。特别是在国外，大部分的专业摄影师都有了自己的网站，这已经成为一个摄影师对外接触的窗口。如果现在你说你不懂电脑，不了解网络，那人们一定认为你已经落伍，我认识很多老摄影师，他们不使用数码相机，也不懂电脑，还有一部分人始终在那里与别人探讨数码相机，对于购买数码相机总是犹豫不决，总是怕自己买的数码相机过几天就过时了。

在现今社会高速发展的趋势下，如果你不能跟上社会的步伐，那你就会被淘汰。网络现在已经成为我们生活中的一部分，它不仅仅是对外接触的窗口，同时也可以给摄影师带来一定的经济利益。作为一个独立的自由摄影师，尽快地把自己的产品——图片销售出去，使自己能在摄影的道路上持续不断地走下去，这是至关重要的。

个人网站www.syfw.net

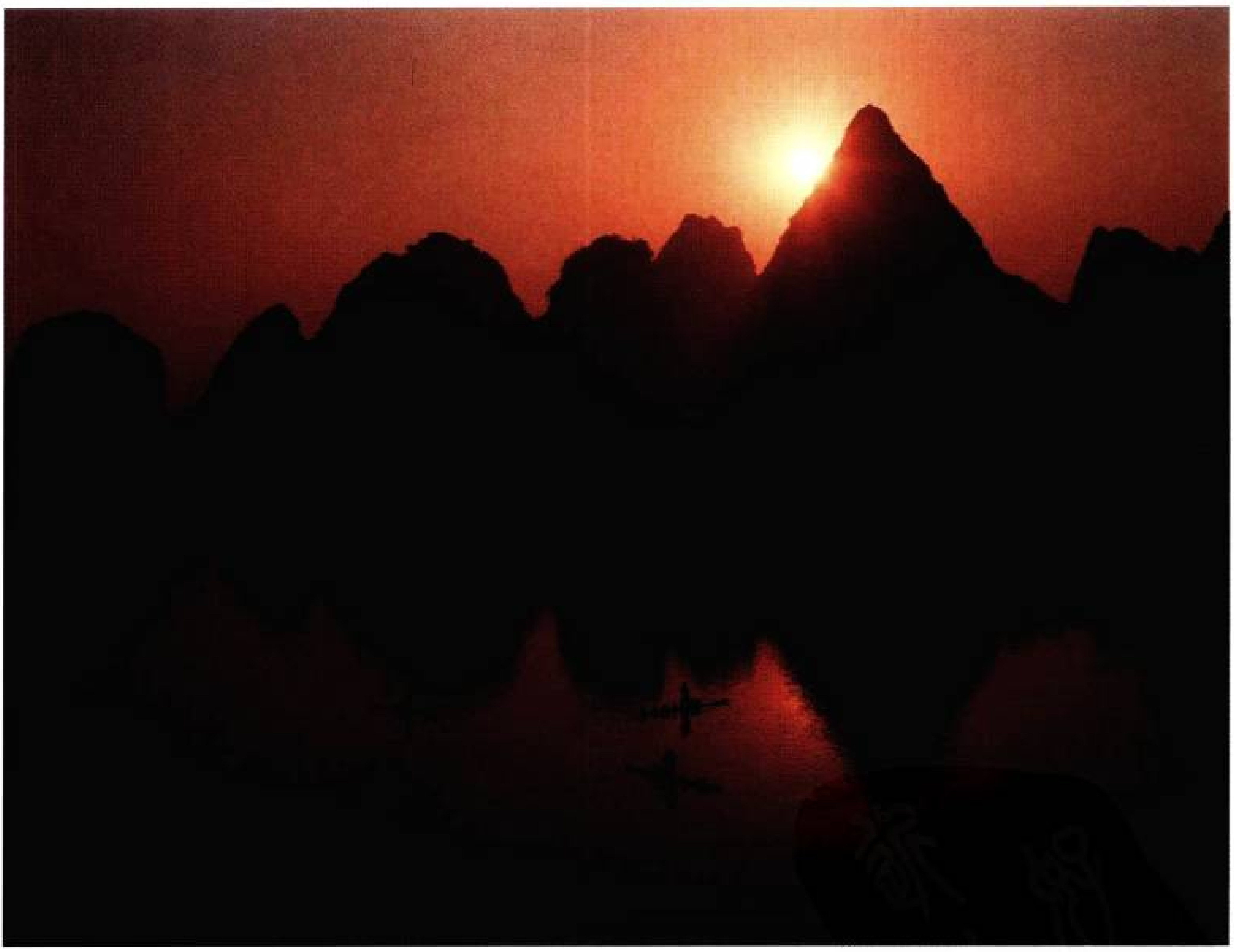
这是3年前我自己建的个人网站，虽然很简单，但是可以展示自己并对外宣传。当需要联系国外图片库时，不必给它们发送图片，让它们去网站看看就行了。

这个网站是我自己设计的，它没有搜索的功能，每年只要花100多元就可维持供人们随时访问。

6.1 建立自己的图片网站

有不少朋友问我是否应该建一个自己的网站。我的回答是肯定的，对于一个图片库摄影师来说，自己的网站是最好的宣传阵地。如果你可以自己卖照片，那你就可以省掉那笔代理费用。但是记住，不要认为你自己可以做得更好，因为你的销售能力、市场推销、对市场的把握不可能比图片库更有力度，因为他们比你更加专业。网络只是作为一种辅助的手段来提高摄影师的知名度，同时推销自己的图片。

如果你有了自己的网站，当想进入图片库时就可以把你的网站提供给他们，让对方先到那里看看，这样他们就可以知道你的照片是否符合他们的要求，你是否可以成为他们的签约摄影师。没有一家图片库会在没见到你的照片之前就接受你的申请和你签约，使你成为他们的摄影师。



《漓江山水》1995（上图）

将最符合自己风格的照片放到自己的网站上，展示自己最擅长拍摄的照片，让人们在最短的时间里能认识到你所拍摄的内容，你的照片是否符合他们的要求，你的照片是不是市场需要的。

摄影师： 陈小波

摄影数据： 林哈夫4×5相机，光圈 F22，速度 1/30秒，富士Velia反转片

建立自己的网站有两种方法，一种是免费的，一种是缴费的。它们各有利弊。

现在许多的摄影网站都给摄影师提供一个个人的网页，这个网页可能是100MB或者50MB，那里可以放下一两千张缩略照片，对于一个摄影师来说是够了。你可以把自己的简历，照片放在那里，也可以把自己的照片进行分类，但是这样的网站也有它的不足。第一，它的网址是摄影网站，客户搜索时很难马上找到摄影师。第二，那里没有关键词的搜索，如果你的照片超过一两千张，即使客户找到你，也没有耐心一张张地翻看。免费网站一般对于摄影师来说就是一个宣传的场所，对于摄影师的销售并不能起到什么作用。第三，现在的摄影网站只是一个业余摄影爱好者的交流平台，它们没有专业的销售人员，广告公司、报纸、杂志、出版公司也不会到这种地方来寻找适合自己使用的图片。

网上大卖场只是一个展示照片的地方。它们和购买照片的人没有联系，你最好不要和这样的公司打交道，这样的展示就好像你参加摄影展览一样，虽然令人高兴，但是却没有一点经济上的利益。这种公司能够帮你获利的机会极少，就好像买彩票中奖的概率。当然，这种网上大卖场的形式也只是刚刚出现，它的好处还没有显示出来，编辑和艺术总监还不会到这种地方去寻找他们需要的照片。

给自己建立一个个人的网站对于摄影师而言是帮助自己推销的最好方法，如果你不懂设计网站，你可以找一个网络设计公司来做，大约也只需要一两千块钱，这是一次性的费用。一个域名和租用空间费用大约在每年300元左右，这样你可以有自己的域名，让客户直接找到你。在一个信息化的时代，买家没有兴趣和时间浏览你的照片，他们需要的是用最短的时间来获得他们需要的图片。

在建设网站之前，你需要认真地考虑自己的网站应该建成什么类型；怎样把自己的照片分类；是否要把网站建成中英文两种形式；内容是按地区来分，还是按摄影的门类来分。事先的设计可以省去你很多的时间和金钱，如果等做好之后再去改，那就要花费太多的时间和金钱了。

在这样一个全新的电子商务时代里，图片用户对照片内容的要求越来越专门化，工作任务的期限也越来越短，因此在短时间内获得一张合适的照片已经成为大多数艺术总监、图片编辑的要求了。

《纽约港的仿古战舰》1999（左图）

一般来说图片库不希望照片是逆光拍摄的，因为它容易产生大面积的黑色，使观众很难看清楚暗部的细节。编辑和艺术总监不喜欢选用这样的图片。

摄影师：陈小波

摄影数据：尼康FM2，24mm镜头，曝光数据不详

6.2 如何推销自己

当建完你的网站之后，就可以开始推销自己了。你应该把自己的介绍发送到编辑部、出版社，你需要拿着你的作品去拜访各个使用照片的单位。不要认为这是在浪费时间，这是在建立一种关系，让更多的人知道你是一个摄影师，你手中有他们需要的照片。别忘了，见到每一个你认为有用的人时都应该推荐他到你的网站看看，同时也别忘了向他要一张名片，那上面最好有他的MSN，当你每天上网遇到他时就可以和他谈论一些有关照片的问题，或者了解一下今后几期杂志的内容，这样你就能得到你所需要的信息。你们的这种联系无疑会加强你们之间的感情和沟通。

在高速信息化的今天，你要充分地了解人与人之间的快速交流。由于你的市场可能分布在全世界各地，因此对于你们之间的沟通最有效、最快捷的方法就是E-mail和MSN了。

做好你的家庭作业，把你感兴趣的杂志买回来，或者是去大型图书馆待一天，好好地研究一下你认为可以为其拍照的杂志的内容和风格，以及他们所用的图片都是什么类型的。找到负责使用图片的编辑，记下他的电话、邮箱，给他们打电话，自我介绍一下，让他到你的网站去看一下照片，一般的编辑都不会拒绝。如果你的照片给他们的印象很深刻，他们就会和你联系。如果过了一个星期他们没有和你联系，这里面有两种可能，一是你的照片他们不感兴趣，不一定是你拍得不好，而是你的照片不符合他们的要求；二是也许他们太忙了，没有时间和你联系。这时你就应该主动地打电话给他们，了解一下是什么原因。记住：应该先做好你的家庭作业，了解他们的需要是什么，千万不要冒失，我说过，商业摄影中所需要的图片是与艺术摄影完全不同的，不要认为你的照片得奖了，编辑就一定会喜欢它，或者就一定会使用它。

今后的胜利者应该是那些既懂技术，又了解市场的摄影师。

《挂钟》2006（右图）

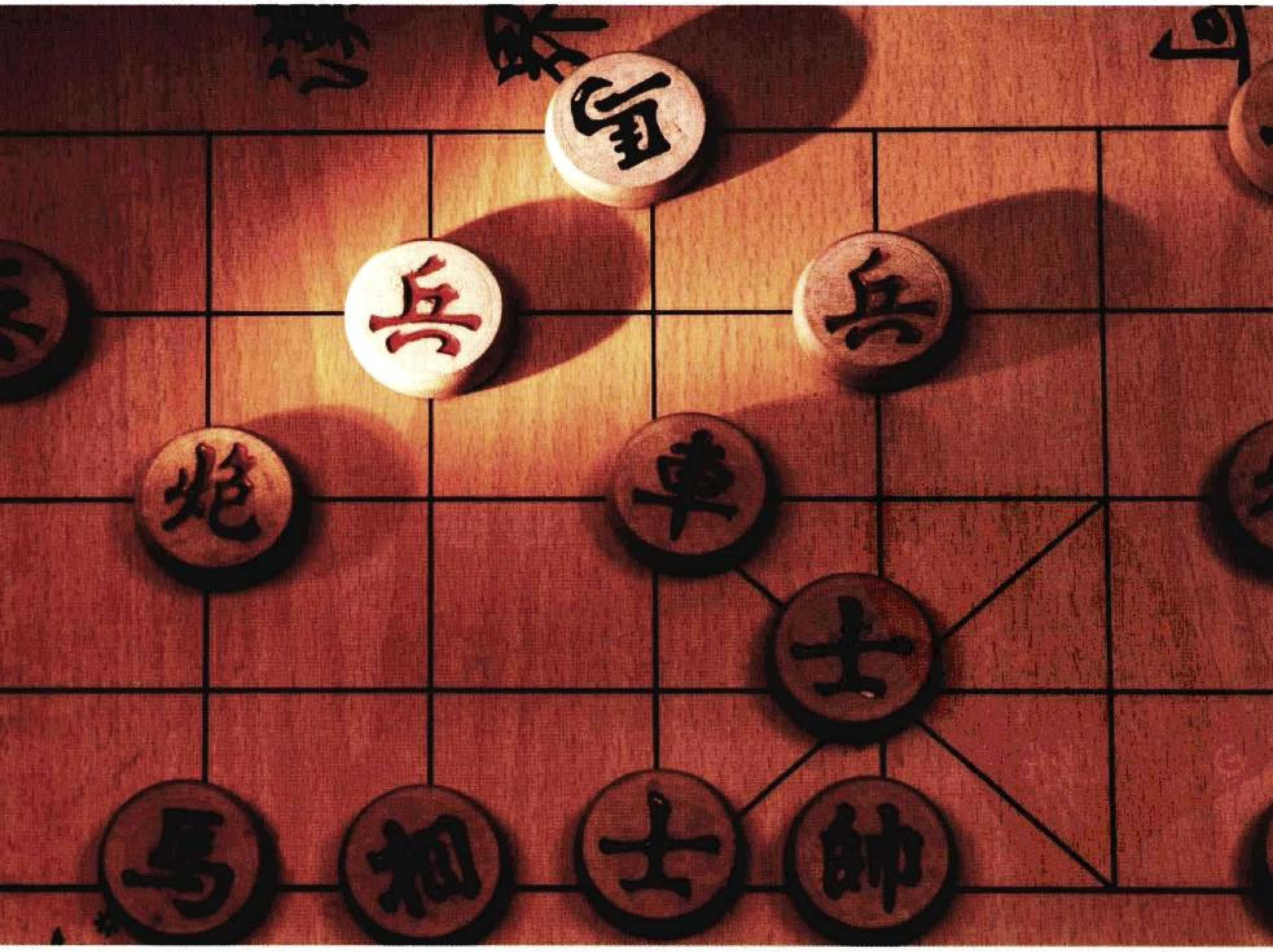
一个物体，一件事情，常常可以引申出某种概念、某种联想，当你在为图片库拍摄时，首先应该考虑到这种关联性。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，105mm微距镜头，光圈 F16，速度 1/125秒，两盏闪光灯，RAW格式拍摄

6.3 面对新媒体

什么是新媒体，可能许多摄影师对这个词还很陌生，其实这个词已经存在许多年了。当网络出现，高科技不断被应用到现代生活中，我们可以通过越来越多的手段传递信息时，新媒体就产生了。如今，产生和传输照片的方式越来越多，照片的用途也越来越广，新一代的摄影师应该能清楚地认识到这一点。除了传统的媒体之外，那些新媒体是摄影师的新兴市场，光盘、网站、手机彩信、台式图像传输、可视电话等已经应用到市场上了。由于新媒体的市场非常之大，因此市场已经开始了细分化的过程，作为一个商业摄影师，如果你还停留在过去的老观念中，就会被市场淘汰。



为了生存，摄影师必须适应新的市场需求——也就是专业化、专门化，市场越来越大，分工越来越细，照片买家和图片编辑希望见到那些有针对性、有具体内容的照片。他们对那些可以提供各种题材照片的摄影师没有兴趣，时代在前进，效率在提高，生活的节奏也在加快。每一种媒体都有它具体的服务对象，每一个市场都定位某一个特殊的群体，分工非常具体、非常专门化。你不要想吃掉所有的市场。

现在的一张照片不可能引起大多数观众的兴趣了。编辑和艺术总监选择一张图片只是因为他们认为这张照片可能会引起一部分人的兴趣。一般化的照片已经被专门内容的照片所取代。这是一种潮流，也是一种新形式。所以对于新一代的摄影师来说，拍摄专门题材的照片，成功的可能性更大。如果你把自己定位于这种类型的摄影师，那就去实施吧。拍摄专门题材，把你拍摄的题材提供给图片库，把它们公布在网络中，放在你自己的网站里，让人们知道你就是拍摄这类题材的专家。那么照片的研究人员、图片编辑、艺术总监和对这类题材有兴趣的人就会主动来找你了。

《棋艺》2006（左图）

棋艺可以代表搏杀，也可以代表修心养性。拍摄这张照片时，为了使光线有所变化使用了一只光笔照射在某一个棋子上，也借此来突出它的作用。图片进入图片公司以后多次被用在银行的宣传画册、金融公司的海报和平面媒体宣传中。

摄影师：陈小波

摄影数据：柯达14N数码相机，105mm镜头，光圈 F11，速度 1/125秒，RAW格式拍摄，一只闪光灯，一只光笔

附录 A　来自时代图片库的话

1. 中国图片市场的潜力

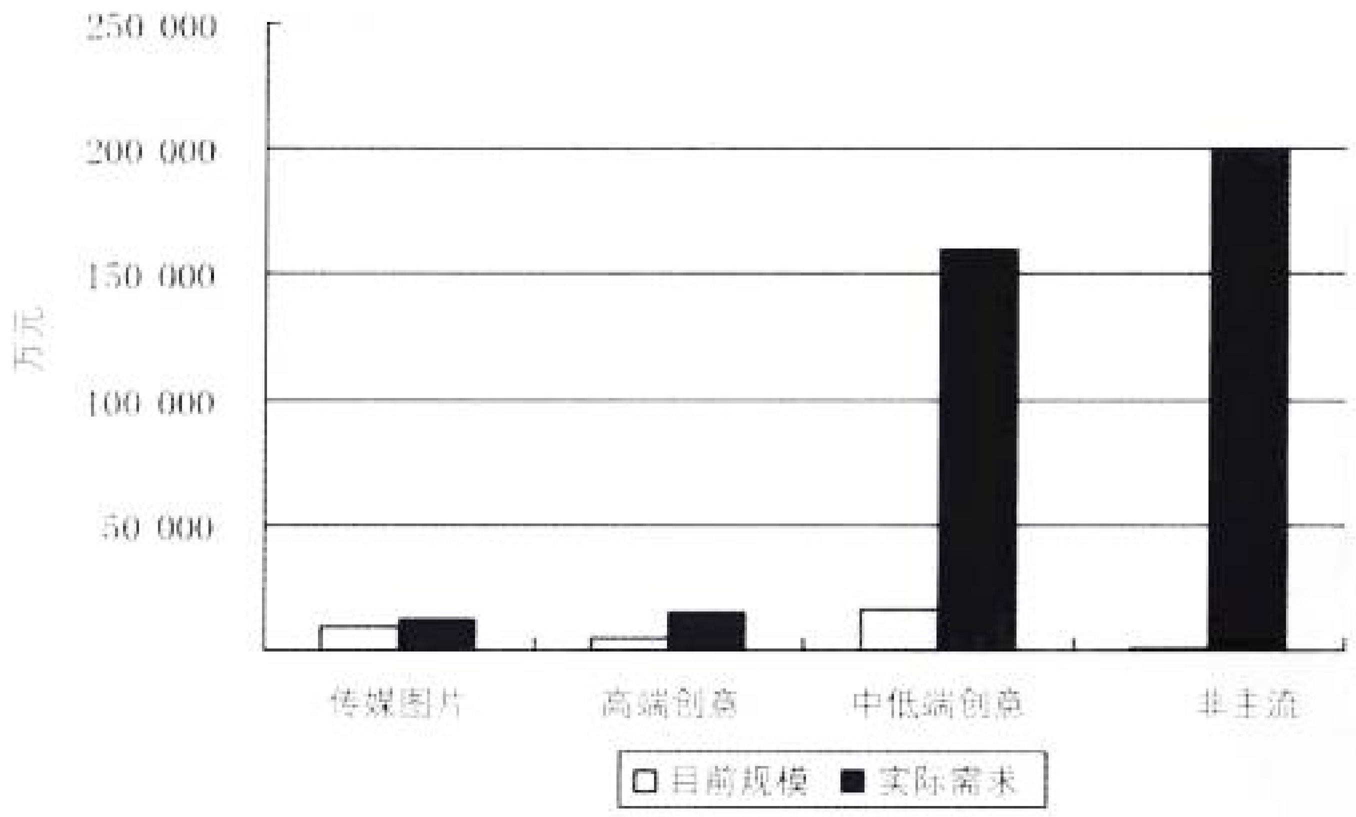
科技和经济的蓬勃发展，刺激着传媒和广告业的迅速膨胀。图片在现代传播中发挥着更为重要的作用，对于媒体和商家都有着至关重要的作用。因此图片的价值和需求量在不断地增加。究竟图片能有多大的市场呢?

时代图片根据运营4年的市场数据，委托市场调研公司，统计出图片市场的需求超过40亿元人民币。

（1）广告公司创意设计用图：广告设计中使用的图片素材。国际知名公司、国内大中型广告公司、小型广告公司的需求量为20亿元左右。

（2）传媒报道用图和配图：图片作为内容或内容的配图使用。全国大概有10 300家报纸、杂志、出版社、网站，预计市场额在2亿元左右。

（3）企业用图：企业宣传物或其他用途中使用图片。中国有几千万的大中型企业，图片用途在互联网、电子地图、导航软件、企业宣传、数字出版教育等，预计市场额在20亿元左右。



从上述图表中不难看出：

（1）传媒图片目前规模和实际需求基本持平。这是由于国内传媒图片库发展较早，而且时效图片不受盗版影响，已经发展得比较成熟。

（2）高端广告创意图片由于使用图片的客户多是跨国企业和国内大企业，因此较早就有版权

意识，早在20世纪90年代就开始使用正版图片，因而针对高端广告创意使用的图片实际需求和目前规模差别不大。

（3）中低端创意和非主流用途有巨大市场前景。

由于早期受盗版影响较大，目前中低端市场和非主流用途供需不平衡，图片需求量很大。有版权意识的客户找不到合适的图片，而广大摄影师也找不到客户的需求点，图片市场急需要一个图片库平台，将摄影师与客户联系起来，使两者沟通得更为顺畅。你可以通过平台建立自己的图片库，展示、推广、销售自己的作品。

2. 图片库平台化带来的机遇

传媒图片市场基本上是由具有政府背景的通讯社和新闻机构等提供。他们具备更为优越的拍摄条件和产销一体化的流程。他们是一个相对封闭的群体，有自己固定的摄影记者，图片用户基本是国内的新闻媒体。虽然新闻媒体图片选择范围扩大了，但是作为普通爱好者参与新闻图片市场的机会仍非常小。

在高端创意市场中，主要由各种商业摄影机构提供拍摄服务，国际图片巨头提供图片服务。中国有大大小小的商业摄影公司几千家。他们给各大广告公司或者企业提供委托拍摄服务。对于摄影器材、场地和其他的辅助设施要求比较高。作为普通的摄影爱好者，能参与的机会也非常小。

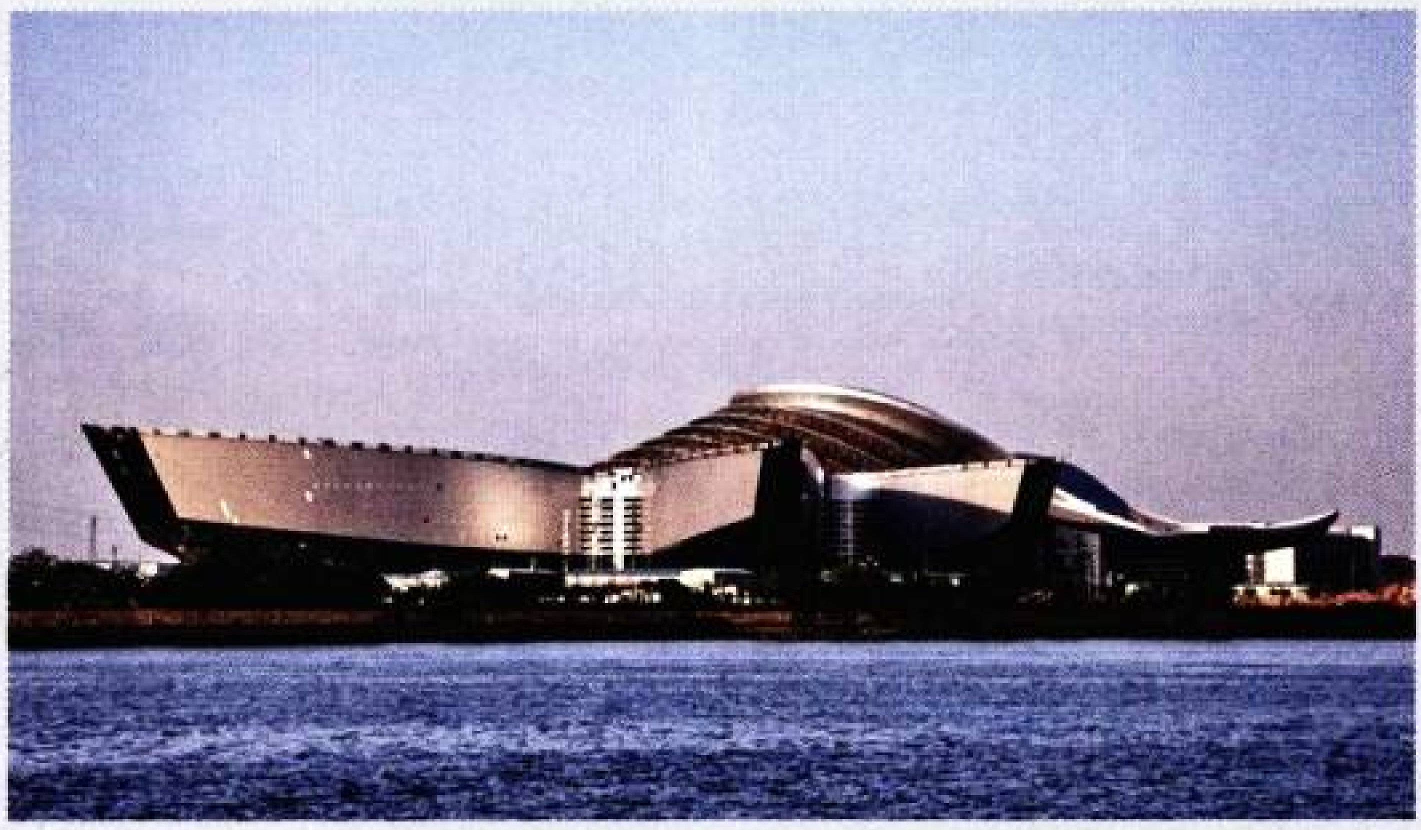
中低端创意和商业企业的需求被传统的影像供应商所忽视。但是这两个市场却占有了图片行业50%的市场份额。他们不像传媒图片市场那样需要很强的新闻性，也不像高端创意市场那样需要大量的投资和非常前卫的创意，非常适合广大的摄影爱好者。

摄影爱好者拥有广大的群体和专业的摄影器材，有能力创作适合市场的图片，却找不到一个适合他们的销售市场。所幸这一切将在Web 2.0时代得到改变。美国《商业周刊》2007年9月专题报道“Gettyimages曾重革了图片库行业，现在，行业又处在被重革的时候了，这是否给这位巨头带来了威胁？”这篇报道预测了图片库2.0平台模式将更符合趋势，替代1.0时代的图片库巨头。

3. 商业创意用图销售案例

与传媒图片相比，商业创意图片更有市场价值。传媒图片大多数是每张100元，能成为封面的图片也许能卖出千元。但商业创意用图，根据用途和范围不同，低的能卖几百元一张，而大多数情况都能卖到千元以上，用途要求严格的图片，更能售出数千甚至数万元的价格。摄影师也许会想，就是摄影家的图片拍卖也不见得能卖到那么多，什么样的图片能值那么多钱呢？

◆ 案例一：



摄影师/刘晓明 时代图片库提供

首先，此照片的拍摄角度、构图方式、取景范围完全符合客户的要求，客户不选择他的图片选择谁的呢？

其次，和图片的授权形式有关。该图片属于RM图片，即特定版权图片，此类图片的授权费用是和客户对图片的用途有关系的。客户想用这张图片做企业的海报、宣传册、网站、产品包装、报纸广告等即广告全用途，所以他的图片就值5 500元。有很多摄影师自己也会销售图片，他们往往是一两百元就把自己的作品出售了，如果他能了解一下图片行业的规律或者把图片交给图片公司代理，他的作品也可以卖几千元。

◆ 案例二：

摄影师/田加楠

时代图片库提供

图片销售价格是12 000元。为什么销售价格能达到那么高呢？作者抓住了以下3点：

（1）奥运会前夕，体育类相关的题材比较符合市场的热点；

（2）中国传统建筑是人物活动的背景，极具中国特色；

（3）摄影师获得了肖像权授权许可。

这张图片的销售具有独占性，客户买断了这张图片一年内的使用权。

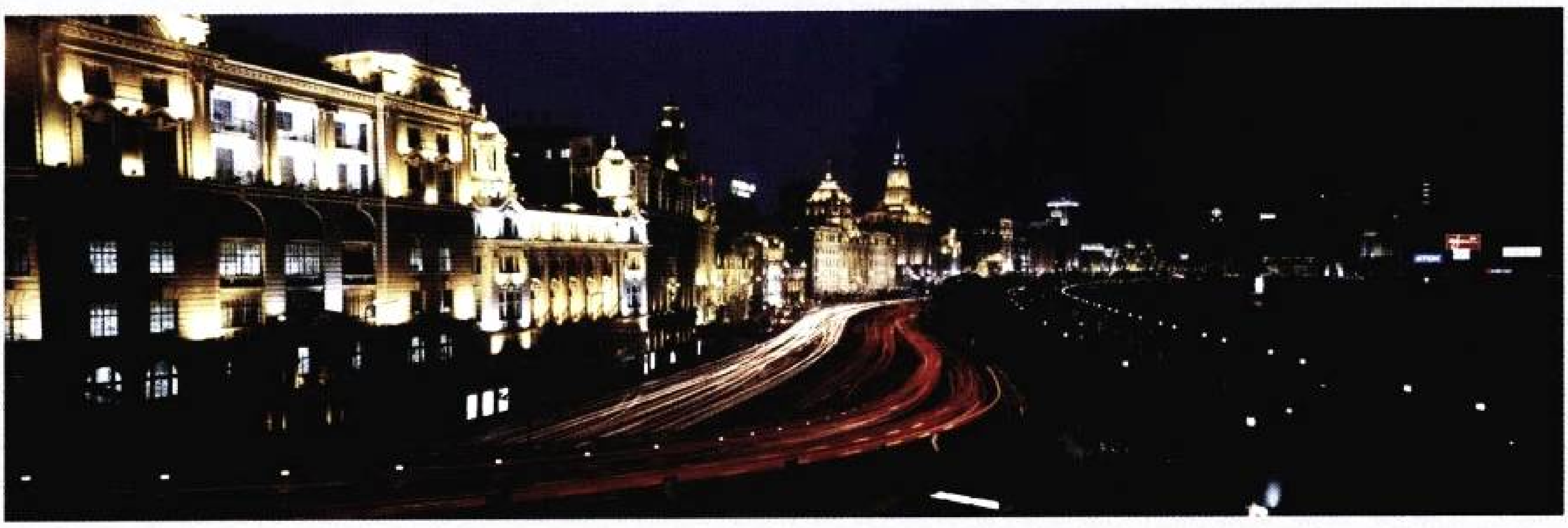
◆ 案例三：

某知名门户网站一次购买103张图片，总额超过万元。图片库中的图片数量多，客户的选择余地大。

摄影师/陈秋敏

时代图片库提供

◆ 案例四：



摄影师/刘志伟　　时代图片库提供

这张图片销售了8次：企业网站2次，企业宣传册4次，广告全用途1次，媒体1次，共计29 160元。图片可以被多次销售，一张图片的价值远不止这么多，以后还会陆续地被客户选中。

4. 市场信息、畅销图片分类

了解图片库、图片市场对于摄影师或者摄影爱好者来说非常重要，针对最近的图片销售状况，我们总结出如下类别的图片是很畅销的、客户需求量大且销售价格较高的。

（1）体育类图片：包括奥运会比赛场馆、体育比赛项目、民间体育等。2008年北京奥运会的举办，给中国的图片市场创造了良好的机会，与体育相关的图片成为畅销图片。

（2）旅游类图片：包括文化遗产、旅游景点等。北京奥运会的开办必将引来大量的外国人涌入中国，各种各样的宣传推广活动数不胜数。

（3）中国特色图片：民风民俗、民族特色、传统艺术、传统工艺、各地小吃等。

（4）东方人物图片：家庭、情侣、商务办公、团队合作等。

附录 B 肖像权许可协议书

作为一个商业摄影师为图片库拍摄，在你拍摄照片时你的照片中不可避免地会出现人物或者是私人财产，例如，宠物、私人别墅等。如果你的照片只是被选作为编辑类图片，那就无所谓肖像权的授权，但是如果照片是用来做广告用，一纸肖像权授权书就是必须的了。假如，一张有人物的照片被选中来做广告，客户首先关心的是照片上的人物是否给过摄影师肖像权的授权，如果没有，他们是不会选择这张照片的。因为那会引起侵权的纠纷。

下面是肖像权授权的一个范本，可供参考。

肖像权许可协议书

甲方（肖像权授权人）：____________________________

乙方（摄影机构/摄影师）：____________________________

经友好协商，在乙方给予甲方一定的回报条件情况下，甲方同意由乙方为甲方拍摄肖像照片，并制订如下使用条款。

1. 乙方和乙方许可的照片使用者，使用本次拍摄照片可用于各类媒介、报纸杂志出版和广告。

2. 照片使用者可对原始图片进行设计和增删处理，但不得将原始图片用于色情、反动等违法的媒体和广告。

3. 照片每次使用无需甲方的许可，甲方不会限制使用和得到报酬。

4. 乙方和乙方许可的图片使用者，不再为肖像权、隐私权、使用权而承担法律责任。

（如授权人未满18岁，需要授权人之法定监护人代签名。）

补充说明：

甲方签名： 乙方签名：

（授权人监护人签名）：

联系方式： 联系方式：

手机： 手机：

身份证号:

日期： 年 月 日

Model Release（肖像权许可协议书，英文）

In consideration of my engagement as a model, and for other good and valuable consideration herein acknowledged as received, I hereby grant to ________________ （"Photographer"）, his/her/heirs, legal representatives, and assigns, those for whom Photographer is acting, and those acting with his/her authority, and permission, the irrevocable and unrestricted right and permission to take, copyright in his/her own name or otherwise, and use, reuse, publish, and republish photographic portraits or pictures of me or in which I may be included, in whole or in part, or composite or distorted I character or form, without restriction as to changes or alterations, in conjunction with my own or a fictitious name, or reproductions thereof in color or otherwise, made through any medium at his/her studios or elsewhere, and in any and all media now or hereafter known for illustration, promotion, art, editorial advertising, trade, or any other purpose whatsoever. I also consent to the use of any published matter in conjunction therewith.

I hereby waive any right that may have to inspect or approve the finished product or products and the advertising copy or other matter that may be used in connection therewith or the use to which it may be applied.

I hereby release, discharge, and agree to save harmless Photographer, his/her/heirs, legal representatives, and assigns, and all persons acting under his/her permission or authority or those for whom he/she is acting, from any liability by virtue of any blurring, distortion, alteration, optical illusion, or use in composite form, whether intentional or otherwise, that may occur or be produced in the taking of said picture or in any subsequent processing thereof, as well as any publication thereof, including without limitation any claims for libel of invasion of privacy.

I hereby warrant that I am of full age and have the right to contract in my own name. I have read the above authorization, release, and agreement, prior to its execution, and I am fully familiar with the contents thereof. This release shall be binding upon me and my heirs, legal representatives, and assigns.

Name________________________

Date________________________

Address ________________________

Witness ________________________

Signature ____________________

附录 C　图片代理协议书

甲方：图片作者：摄影师：________________

乙方：图片代理：____________________图片库

甲方将自己所创作的图片委托乙方代理经营，其有关委托约定事项如下：

1. 甲方交予乙方代理的图片，应保证其著作权属于甲方独立所有。遇有人物肖像内容或其他权力限制要求的情况，甲方须提供肖像权或相关许可证明，保证乙方在执行代理业务时，与第三者无著作权、肖像权之纠纷。如有第三者提出权力要求时，甲方应依法解决这一纠纷，否则甲方须承担全部法律责任及由此给乙方造成的全部损失。

2. 乙方有权将甲方委托代理的图片使用权转予第三方，甲方同意将其作品使用于国内外之出版物、广告宣传品及其他用途上。

3. 甲方委托乙方代理的图片，甲方须同意乙方制定的著作权许可价格及许可方式，乙方有权对价格进行调整。权力许可所得之款项，其分配方式如下：

（1）甲方图片权力许可之所得，50%属于甲方所有；（2）甲方所得款项应按有关规定由乙方代缴所得税。

4. 所谓“著作权许可所得款项”系以乙方与第三者所签订的图片使用协议上之金额为准，第三者亦包括乙方之下级代理商。

5. 乙方有权对甲方提供的图片进行再创作，新生作品的著作权属双方共有，权力许可之所有30%归甲方所有。其余所得归乙方所有。

6. 乙方应在甲方所委托代理的图片成交一个月内（以乙方与第三者的图片使用协议时间为准）向甲方发出通知。甲方有权就成交金额和时间向乙方查询。

7. 甲方委托代理的图片，凡刊载于乙方所发行目录册上者，于本契约终止之日起五年内，乙方均有权依本协议第三款之约定继续经营。

8. 乙方若因承办人之疏失，而造成甲方图片的损伤或遗失，则由乙方赔偿甲方每张图片人民币五佰元整；对于不可抗力所造成的损失，乙方不负担赔偿责任。

9. 乙方以促销为目的所举办之活动、广告，乙方有权免费使用甲方所委托代理之图片，作为宣传之用。

10. 甲方委托乙方代理的图片，在未经乙方同意时，甲方不得再转与第三者代理或以盈利为目的使用。

11. 甲方委托乙方代理之图片，乙方有权使用其原底进行复制并有权随时调用原底或保存之。

12. 在代理期限内，甲方自愿放弃所委托作品除获取报酬权之外著作权所规定的其他权利。

13. 甲方签订此协议后，甲方委托乙方代理的图片在送交乙方时，只要在本协议附页（代理图片记录）下方签名，即承认附页上所列的图片已送交乙方，并在此协议约定范围之内生效。

14. 任何一方若发生违约的情况，它方得以请求赔偿损害，并有权终止本约。

15. 本协议自签字之日起生效。有效期3年，自 年 月 日至 年 月 日。本协议期满前一个月，任何一方均得以书面通知对方终止本约，否则可视为双方同意续约，本协议自动续约 年。

16. 甲方委托乙方代理的图片，乙方有义务对第三者侵害著作权行为进行追究及法律诉讼，乙方负责预支法律开支（诉讼费、律师费等），追缴所得部分扣除法律开支后50%归甲方所有。

17. 本协议如有未尽事宜，经双方协商后作为本约之补充条款。其他问题依中华人民共和国有关法律办理。

18. 本协议一式两份，分由甲乙双方各执一份。

甲方：图片作者摄影师：________________________

身份证号码：________________________________

地址：______________________邮编：__________

电话：________________手机：________________

电子邮件：__________________________

银行账号:______________________

详细开户银行信息：__________________________

乙方：图片代理____________图片库

地址：________________________ 邮编：________________

电话：________________________

附录 D　国外图片库

AGE FOTOSTOCK

图片库位于西班牙的巴塞罗那，E-mail：agency@agefotostock.com （纽约），age@agefotostock.com （巴塞罗那）。网址：www.agefotostock.com。AGE 图片库成立于1973年，在巴塞罗那和纽约市分别设有子公司和代表处。摄影师可以把他们的作品直接提交到设在巴塞罗那或纽约的办公室。客户包括广告公司、商业、报纸、明信片出版社、公共关系公司、书商、日历出版商、音像出版商、杂志出版商和贺卡出版商等。

需求：这是一家综合性的图片库，因此，会不断地需要各种新的生动的图片。

说明：接受各种格式的图片。可以登录网站，到“摄影师/提交作品”项察看。

支付条款： 50%的佣金。特定条款会写在摄影师的合约上。拥有世界范围的独家代理权。每月给摄影师一份报告和账单。图片中如有人物需要模特授权协议。

AKM IMAGES，INC

一家美国图片库，E-mail：um83@yahoo.com。网址：www.akmimages.com。AKM IMAGES成立于2002年，拥有超过3万张图片。客户包括广告机构、书商、杂志社、报纸、日历出版商、贺卡出版商等。

需求：需要农业、城市、园艺、多种文化、宗教、农村、风光、娱乐、野生动物、旅游和水下照片，也需要反映亚洲国家、北欧国家（瑞典、挪威、芬兰）、阿拉斯加、格陵兰岛、冰岛的景点和文化的照片。

说明：使用4×6的照片、35毫米反转片以及数码文件。

支付条款：为彩色照片付50%的佣金。彩色照片的价格（对客户来说）各有不同，特定条款会写在摄影师的合约上。与签订合约的摄影师合作，提供非独家代理的合约。合约从签订之时算起5年后自动更新。如果要终止合同，摄影师务必要提前60天通知。摄影师的账单和报告每季度一次。需要模特或所属协议，需要图片的标题。

PHOTO NETWORK

一家美国图片库，E-mail：info@heilmanphoto.com。网址：www.photonetworkstock.com 或是www.heilmanphoto.com。联系人：总裁Sonia Wasco。这家图片库拥有超过100万张图片。客户包括农业综合企业、广告公司、教科书出版公司、绘画艺术家、公共关系公司、报纸、企业、杂志、

日历出版商、贺卡出版商等。

需求： 需要农业、家庭、夫妻、种族（各个年龄段）、动物、旅行和生活方式的照片，也需要婴儿/幼儿/青少年、家长、城市人群、灾难、环境、野生动物、建筑、城市、教育、园艺、室内装潢、宠物、宗教、农村、历险、汽车、食物和饮品、健康/健身/美容、爱好、幽默、运动、商业概念、工业、医药、军队、政治、科学、技术/计算机的照片。特别的主题，包括超过55岁的老年人享受人生、医学场景（病人和医生）、孩子和当地的动物。

说明： 使用反转片和数码格式，用CD/DVD邮递JPEG格式的照片。签订合约：邮寄200张照片作为预览，一月后答复。

PHOTOLIBRARY.COM

一家澳大利亚图片库，E-mail：creative@photolibrary.com。网址：www.photolibrary.com。PHOTOLIBRARY成立于1967年，拥有超过100万张高分辨图片。客户包括广告机构、绘画师、企业、报纸、明信片出版商、公共关系公司、书商、日历出版公司、杂志出版商、贺卡出版商等。

需求： 涵盖各种主题的当代影像，特别是拥有模特协议的商务和生活中人们的照片。

说明： 最好是数码文件的照片。数码照片要求：50MB～70MB，使用不少于1000万像素的专业相机（相关细节参考网上"供应者"这一项）。

支付条款： 付50%的佣金。给客户许多折扣，折扣的条款不能协商。提供保证主题的独家代理。每季度寄一次账单给摄影师。摄影师可以查看账户。需要模特或所属协议，需要图片的标题。

THE IMAGE WORKS

一家美国图片库，E-mail：info@theimageworks.com。网址：www.theimageworks.com。联系人：总裁Mark Antman。THE IMAGE WORKS成立于1983年，拥有100万张图片。客户包括：广告公司、书/百科全书出版商、杂志出版商、报纸、明信片出版商、贺卡公司。

需求： "我们一直在寻找优秀的照片。我们的主要主题是和人有关的家庭、教育、健康、工作场所、世界范围内的古迹、技术、艺术等。开设和环境有关的专题，需要自然、野生生物和污染等主题的照片。"

说明：最好是数码格式的照片，很少接受35毫米反转片。

支付条款：付50%的佣金。平均每幅黑白和彩色照片标价200美元。只与签订合约的摄影师合作，不需要独享权的合约。说明和账单每月发送一次。摄影师在事前申请的情况下，可以查看账户以核实销售数字。当客户要求相应的权力时通知并允许摄影师与之进行协商。要有模特协议，需要图片的标题。

签订合约：用E-mail发送图片一个月后答复。最好首次提交500张图片。

TRAVEL INK PHOTO LIBRARY

一家英国图片库，E-mail：info@travel-ink.co.uk。网址：www.travel-ink.co.uk。拥有超过115 000张照片。客户包括：公告机构、商业、报纸、公共关系公司、书商、日历出版公司、音像公司、杂志出版商、贺卡出版商等。

需求：需要多种文化、环境、风光、野生生物、建筑、城市、园艺、宗教、农村、历险、大事件、食品/饮料、健康/健身/美容、爱好、运动、旅行等类型的照片。

说明：使用35毫米和中画幅的反转片，接受数码格式影像。更多细节请参阅网站。

支付条款：在作品的基础上进行支付，执行最低价格，给客户提供许多折扣。只与有合约的摄影师合作。提供独家代理权。声明和账单每季度寄一次。摄影师可以浏览自己的账户。提供一次性权利。需要提供模特和所属权协议，照片需要标题。

签订合约：“现在接受摄影新人的作品，不过请先发送邮件过来。”

以上信息来自美国出版的一本《摄影师的市场》一书。英文名为《Photographer' s Market》，这本书每年出一本。

另外，你也可以去http://www.stockphoto.net/这家网站查找遍布全世界的各种类型图片库的信息。

附录 E　中国商业图片库

全景图片公司

20世纪90年代初成立于北京，目前已经发展成为全国最大的商业图片公司之一，除了在北京设有总部外，还在上海、广州、香港设有分公司。主要面对的客户有广告公司、企业、出版社、网站等。

需求：全景大部分的客户是商业用户，需要包括中国传统、历史文化、标志性建筑、风土民情、民俗等。

图片类型：135、120、4×5反转片，数码照片，800万像素以上。

www.quanjing.com

景象图片公司

1993年成立于北京，称为黑星图片公司，景象图片公司是国内进入商业图片市场最早的几家之一，它们为优秀的商业图片提供了巨大的市场空间。

需求：市场需要的商业图片，主要是中国特色的商业图片，需要中国传统、历史文化、标志性建筑、民俗等。

图片类型：135、120、4×5反转片，数码照片，1 000万像素以上。

www.viewstock.com

时代图片公司

中国最大的视觉产品经营交易平台之一，摄影师可以免费在时代图片2.0平台上创建品牌图片库，做自己品牌图片库的CEO。时代图片管理团队来自跨国公司、互联网企业和媒体，目标是成为全球视觉创意产业的领导者。

需求：时代图片大部分的客户是商业用户，图片涉及创意人像、中国传统、历史文化、标志性建筑、风土民情、民俗等。

图片类型：数码照片，800万像素以上。

www.phototime.cn

尚图图片公司

尚图公司与《摄影之友》、《今日人像》、《中国商业摄影》（CCP）、《今日新娘》同属于广州高至文化传播机构。作为一家全新的图片专业代理销售公司，尚图以专业化、市场化和服务化为理念打造的图片交易平台，将为摄影师和图片用户提供稳定便捷的交易方式。尚图的目标是成为国内最具市场活力的图片代理销售机构。

需求：尚图的主要客户是出版社与平面媒体，图片包括：中国传统、历史文化、标志性建筑、风土民情、民俗等。

图片类型：数码照片，800万像素以上。

www.sunfotos.com

华盖创意

华盖图片英文为GettyImage，是全球最大的商业图片库之一。Getty原为石油家族，1997年成立以来，抓住了网络带来的市场全球化机会，利用资本收购了全球各区域近40家图片库，成功地建立起一个图片量巨大的全球图片营销网络。GettyImage在2004年与国内的百联优力控股公司合资成立了华盖创意，并收购了原是GettyImage中国代理的深圳超景图片，把重要的棋子投入了蓬勃发展的中国商业图片市场。

www.gettyimage.cn

附录 F　专业摄影组织

Advertising Photographers of America, National, USA
美国国家广告摄影师联盟
网址：www.apanational.org

American Society of Media Photographers （ASMP），USA
美国媒体摄影师学会
网址：www.asmp.org

American Society of Picture Professionals （ASPP），USA
美国专业图片学会
网址：www.aspp.com

The Association of Photographers, UK
英国摄影师协会
网址：www.the-aop.org

British Association of Picture Libraries and Agencies, UK
英国图片银行代理协会
网址：www.bapla.org.uk

British Institute of Professional Photography （BIPP），UK
英国专业摄影学院
网址：www.bipp.com

Canadian Association of Photographers & Illustrators in Communications
加拿大摄影师和插图师协会
网址：www.capic.org

Canadian Association for Photographic Art，Canada
加拿大艺术摄影师协会
网址：www.capa-acap.ca

International Association of Panoramic Photographers, USA
美国全景摄影师协会
网址：www.panoramicassociation.org

International Center of Photography （ICP）, USA
美国国际摄影中心
网址：www.icp.org

Photo Marketing Association International, USA
国际图片市场协会
网址：www.pmai.org

Photographic Society of America （PSA）, USA
美国摄影学会
网址：www.psa-photo.org

Picture Archive Council of America （PACA）, USA
美国图片库协会
网址：www.stockindustry.org

Professional Photographers of America （PPA）, USA
美国专业摄影师
网址：www.ppa.com

Professional Photographers of Canada （PPOC）, Canada
加拿大专业摄影师
网址：www.ppoc.ca

The Royal Photographic Society，UK
英国皇家摄影学会
网址：www.rps.org

Society for Photographic Education, USA
美国摄影教育学会
网址：www.spenational.org

附录 G　图片库摄影的专业网站

Selling Stock（销售图片）

www.pickphoto.com

杰姆是一个专门研究图片库的专家，他在1992年成立了这家公司，并在网站上发布关于图片库的消息。他曾于2007年来到中国，考察这个市场，并在北京和上海开办了两个关于图片库当前的走向、市场及图片库摄影师的讲座。当然，你必须花100美元在他的网站上订阅他的网络报纸。

Global Photographers Search（寻找全球摄影师）

www.photographers.com

在这里你可以找到全球最顶级的摄影师，从新闻纪实到广告摄影师，当然主要是欧美的摄影师，也可以在这里了解这些顶级的摄影师是如何工作的。

Stock Photo Price Calculator（图片库照片计算）

www.photographersindex.com/stockprice.htm

这家网站主要是提供图片库照片使用的价格，它分为3个部分：广告类用图，编辑类用图和企业、公司用图。

Stock Artists Alliance（图片库艺术家联盟）

www.stockartistsalliance.org

这个网站主要是讨论图片库摄影师如何保护自己的图片版权，为自己的图片争取到最大的利益。

PhotoSource International（国际图片来源）

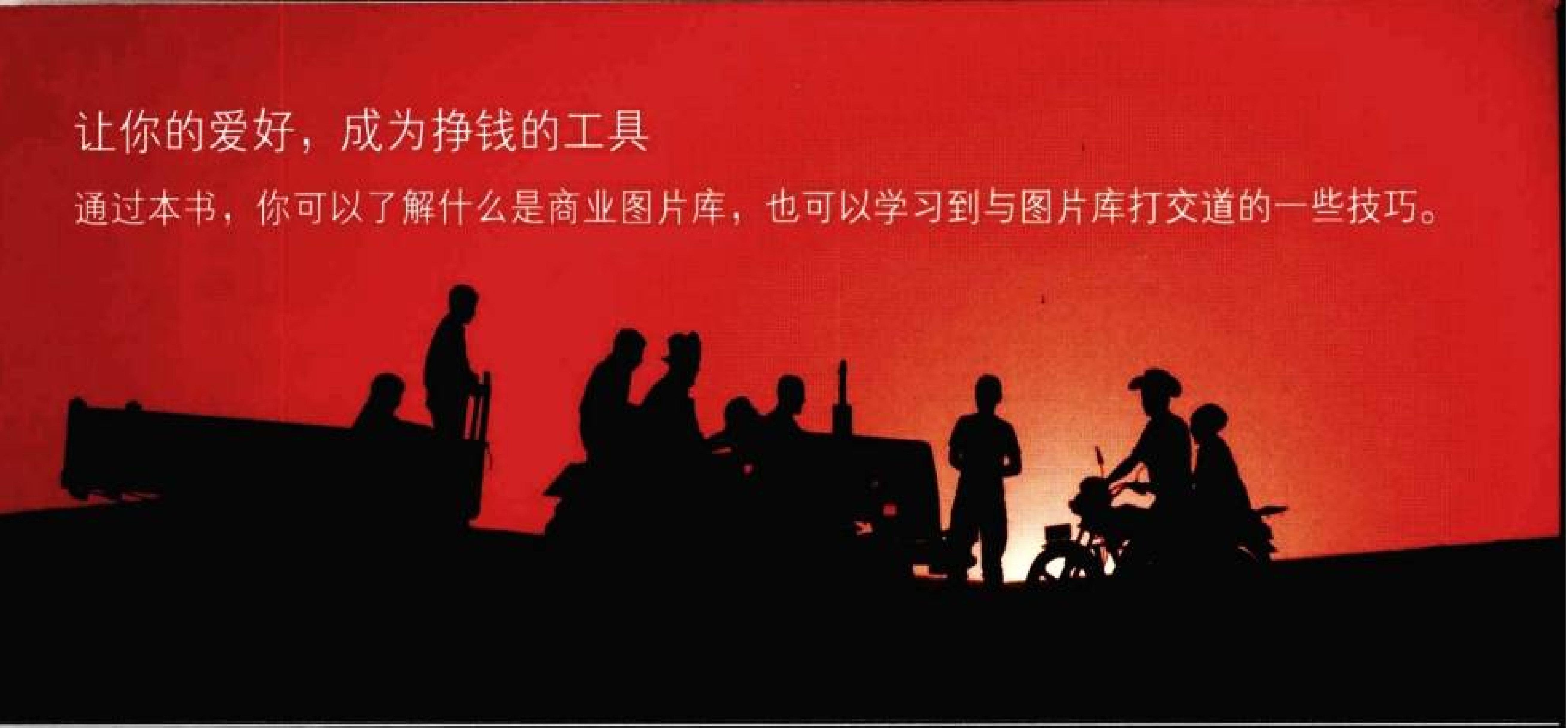
www.photosource.com

主要是讨论图片来源以及如何销售图片。

The STOCKPHOTO Network（图片库网络）

www.stockphoto.net

这是一家非常有用的网站，在那里你可以了解怎样去买照片，也可以了解如何去卖照片。那里介绍了几百家世界各地的图片公司，包括公司的大小、库存的照片数量、图片的种类等信息。在那里摄影师也可以发现图片库的需求，什么样的照片是图片库当前所需要的，很多图片公司在那里发布他们需要什么样的照片，这样摄影师就可以根据需要去拍摄图片，这对于新入行的摄影师来说是非常有帮助的。当然，有些这样的信息是要收取费用的。



让你的爱好，成为挣钱的工具

通过本书，你可以了解什么是商业图片库，也可以学习到与图片库打交道的一些技巧。

关于作者

美籍华人陈小波先生1970年参加工作，曾经当过工人，后参加中国人民解放军海军。1980年退伍后到化工部外事局成为一名专业摄影师。1982年他加入北京市摄影家协会。1983年考入中国人民大学一分校。1985年毕业于中国人民大学一分校第一期摄影专修班。同年加入中国摄影家协会。在国内期间，他参加过各种各样的摄影比赛和展览，他的摄影作品发表在各类摄影刊物上。

1987年初陈小波赴美攻读摄影硕士。开始了他长达16年的在美学习和工作。1991年获得摄影专业硕士学位（Master of Fine Art in Photography）。1993年加入美国摄影家协会，美国广告摄影家协会。他从1991年开始在纽约定居，期间主要拍摄商业广告，并于1995年投入到图片库摄影之中。

2003年陈小波回到国内，先后被聘为中国传媒大学、中央美院、中央戏剧学院、中央民族大学等学校的客座教授。目前，他作为外国专家，受聘于北京服装学院教授摄影。在讲课的同时，他也在为国内外的图片公司拍摄。

陈小波在为图片公司拍摄的十多年中积累了丰富的经验和商业摄影的理念。真正实现了图片的商业化市场运作。

联系方法：jackchen52000@yahoo.com

www.syfw.net

ISBN 978-7-115-18753-6

9 787115 187536 >

ISBN 978-7-115-18753-6/J

定价：68.00 元

分类建议：摄影

人民邮电出版社网址：www.ptpress.com.cn